

**BURÇAK KADIOĞLU**

# KÜRESEL ALGI YÖNETİMİ

ULUSLARARASI MEDYADA ORTADOĞU VE KUZAY AFRIKA

# Küresel Algı Yönetimi

*Uluslararası Medyada  
Ortadoğu ve Kuzey Afrika*

Burçak Kadioğlu



Published by

**Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.**

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgur yayinlari.com

✉ info@ozgur yayinlari.com

---

## Küresel Algı Yönetimi

### Uluslararası Medyada Ortadoğu ve Kuzey Afrika

Burçak Kadioğlu

---

Language: Turkish

Publication Date: 2025

Cover paint by Hüdai Ateş

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

**ISBN (PDF):** 978-625-5757-88-3

**DOI:** <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub966>

---

OPEN ACCESS



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

---

Suggested citation:

Kadioğlu, B., (2025). *Küresel Algı Yönetimi Uluslararası Medyada Ortadoğu ve Kuzey Afrika*. Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub966>. License: CC-BY-NC 4.0

---

*The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgur yayinlari.com/>*

---



## Önsöz

*Bu çalışma konusunun fikir sahibi Prof. Dr. İrfan Paçacı'ya, lisans yıllarımdan bu yana desteğini esirgemeyen, umutsuzluğa kapıldığımda bana cesaret veren ve kıymetli bilgileriyle çalışmamı tamamlamamı sağlayan değerli hocam Doç. Dr. Seçil Özay'a teşekkürü bir borç bilirim. Fikirleri ve eleştirileriyle çalışmama büyük katkılar sunan Prof. Dr. H. Emre Bağcı, Dr. Öğretim Üyesi Alper Değerli, Doç. Dr. Aysel Ay hocama bugüne kadar vermiş oldukları tüm emekler için teşekkür ederim. Çalışmamın tamamlanmasında önemli katkısı olan ve bana bu yolda rehberlik eden değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Hüdaî Ateş'e de ayrıca teşekkür ederim.*

*Benim için teşekkürlerin en büyüğünü hak eden sevgili ailem...Hayatımın her anında bana destek olan, bugünlere gelmemi sağlayan ve sevgilerini hiçbir zaman esirgemediğim yanımda olan canım babam Muzaffer Kadioğlu'na ve canım annem Hatice Kadioğlu'na minnetlerimi sunarım. Benim için yapmış oldukları tüm fedakarlıklar için onlara minnettar olduğumu söylemek isterim. Sevgili kardeşlerim Burcu ve Gizem İrem Kadioğlu'na beni hiç yalnız bırakmadıkları ve tüm dertlerime ortak oldukları için, biricik yeğenim Çınar Duman'a ise hayatıma neşe ve sevgi kattığı için en içten teşekkürü bir borç bilirim.*

*Doktora sürecinin bana kazandırdığı sevgili dostum Pınar Seyginer'e desteğini ve bilgi birikimini esirgemediği için... Lisans yıllarımdan bu yana tanıdığım, her anımda bana güç veren canım arkadaşlarım Yaprak Mutlu, İrem Küçük Çoban, Kübra Albayrak ve Can Koçanalı'ya sevgilerimi iletirim. Araştırmamı yazarken beni yalnız bırakmayan, kısa sürede dostluğunu ve sevgisini hissettiğim sevgili arkadaşım Zeynep Ateş'e, hayatıma sevinç ve mutluluk getiren manevi yeğenim Cihan Malik Ateş'e en içten teşekkürlerimi sunarım.*

*Bu kitap 2025 yılında Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlamış olduğum Küresel Algı Yönetimi ve Medya Aracılığı ile İnşası: Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi isimli tezden yola çıkılarak hazırlanmıştır.*

Burçak Kadioğlu

İstanbul, 2025

# İçindekiler

|                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Önsöz                                                                                                                           | iii |
| Giriş                                                                                                                           | 1   |
| 1. Algı Yönetimi, Küresel Algı Yönetiminin Aktörleri ve Stratejileri                                                            | 19  |
| 1.1. Algı Kavramı Tanım ve Kapsamı                                                                                              | 20  |
| 1.1.1. Algı ve Algılama Süreci                                                                                                  | 23  |
| 1.1.2. Tutum ve Davranışların Oluşması                                                                                          | 28  |
| 1.2. Algı Yönetimi Kavramına Genel Bir Bakış                                                                                    | 33  |
| 1.3. Küresel Algı Yönetimi                                                                                                      | 41  |
| 1.3.1. Uluslararası Hakimiyetin Dinamikleri                                                                                     | 42  |
| 1.3.2. Propaganda ve Uluslararası İknanın Üretimi                                                                               | 70  |
| 1.3.3. Uluslararası İknanın Değişen Görünümü                                                                                    | 79  |
| 1.4. Küresel Algı Yönetimi ve Kitle İletişim Araçları İlişkisi                                                                  | 95  |
| 2. Kuramsal Yaklaşımlar Çerçevesinde Medyanın Algı Yönetimindeki Rolü ve ABD'nin Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi | 99  |
| 2.1. İletişim Kuramları Bağlamında Medya Aracılığıyla Küresel Gündem İnşası ve Kamuoyu Oluşturma                                | 104 |

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1.1. Medyanın İnşa Gücü ve Kamuoyu Oluşturma                                           | 105 |
| 2.1.2. Medyanın Kamuoyu Oluşturması                                                      | 128 |
| 2.1.3. Gündem Belirleme Yaklaşımı                                                        | 133 |
| 2.1.4. Çerçeveleme Kuramı                                                                | 143 |
| 2.2. Uluslararası Medya Kuruluşlarının Yapısı                                            | 151 |
| 2.3. Medyanın Tarafsızlığı ve Bağımsızlığı Üzerindeki Tehditler                          | 159 |
| 2.3.1. Küresel Enformasyon ve Haber Akışı                                                | 164 |
| 2.3.2. Serbest Enformasyon Akışı İlkesi                                                  | 165 |
| 2.3.3. Teknolojik Yeterlilik                                                             | 170 |
| 2.3.4. Medyada Tekelleşme ve Mülkiyet Yapısı                                             | 175 |
| 2.3.5. Merkez- Çevre ve Kuzey-Güney Akış Modeli                                          | 187 |
| 2.4. Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'nin Medya Aracılığıyla İnşası        | 190 |
| 2.4.1. Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'ne Genel Bir Bakış                 | 195 |
| 2.4.2. 11 Eylül Saldırıları ve Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi            | 199 |
| 2.4.3. RAND Raporu                                                                       | 205 |
| 2.5. 11 Eylül Sonrası ABD Medyasının Genel Görünümü                                      | 214 |
| 3. Araştırma Kapsamında Ele Alınan Gazete Başlıklarının Algı Yönetimi Bağlamında Analizi | 227 |
| 3.1. Araştırmanın Metodolojisi                                                           | 227 |
| 3.2. Bulgular                                                                            | 251 |
| Sonuç ve Tartışma                                                                        | 387 |
| Kaynakça                                                                                 | 399 |

# Giriş

İnsanlık tarihi boyunca, bireylerin bilgiye ulaşma arzusu yaşamın devamlılığı ve toplumsal ilerleme için temel bir ihtiyaç olmuştur. Bilgi, bireylerin çevresini anlamlandırmasına, kararlar almasına ve geleceği şekillendirmesine olanak tanıyan en güçlü araçtır. Bu ihtiyacın karşılanmasında geçmişte sözlü gelenekler, yazılı kaynaklar ve iletişim ağları devreye girerken, modern çağda haber medyası bilgi edinmenin en hızlı ve yaygın biçimi olarak ön plana çıkmıştır. Ancak bilgi edinme sürecinin bu kadar kolaylaşması, aynı zamanda insan zihninin şekillendirilmesine yönelik güçlü bir platformun da doğmasına neden olmuştur.

Küreselleşen dünyada medya, yalnızca haber veren tarafsız bir aracı olmanın ötesine geçerek, bireylerin olayları anlama ve yorumlama biçimini şekillendiren güçlü bir aktör haline gelmiştir. Haberlerin nasıl çerçevelendiği, hangi bilgilerin öne çıkarıldığı ya da hangi gerçeklerin gölgede bırakıldığı, toplumların kolektif hafızasını ve algı dünyasını belirlemede kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle günümüzde, medya içeriklerinin global ölçekte hızla dolaşıma girmesi, bireysel bilgi ihtiyacını karşılayan bir araçtan ziyade, küresel algıların stratejik olarak yönlendirildiği bir arenaya dönüşümünü hızlandırmıştır.



21. yüzyılın hiper-bağlantılı dünyasında, bilgi akışı ve medya içeriklerinin yönetimi, küresel politikaların şekillenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Medyanın, yalnızca bir bilgi iletim aracı olmaktan öte, ideolojik, politik ve ekonomik güçlerin çıkarlarını yansıtan bir araç haline gelmesi, “algı yönetimi” kavramını tartışmaların merkezine yerleştirmiştir. Bu bağlamda, küresel medya, toplumların algılarını ve tutumlarını yönlendirmek için stratejik bir platform olarak kullanılmakta; izleyicileri bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde yönlendiren manipülasyon teknikleri ile şekillenmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde, uluslararası aktörler tarafından medya üzerinden oluşturulan söylemler, toplumların olayları algılama biçimini kökten değiştirebilmektedir.

Bu bağlamda, küresel algı yönetimi, medya platformlarının yalnızca bilgi sağlayıcı değil, aynı zamanda toplumsal bilinç ve düşünce biçimlerini şekillendiren birer araç olarak nasıl kullanıldığını anlamamızı gerektirmektedir. Medya içeriklerinin sunuluş biçimi, hangi olayların gündeme getirileceği ve hangi perspektiflerin vurgulanacağına dair stratejik kararlar, bireylerin gerçeği algılayışını değiştirerek uluslararası düzeyde yankılar yaratmaktadır. Bu çalışma, bilgi çağında medya ve algı yönetimi arasındaki bu karmaşık ilişkiyi irdeleyerek, haber medyasının bireylerin temel bilgi ihtiyacını karşılarken aynı zamanda küresel ölçekte düşünceleri ve tutumları nasıl şekillendirdiğini ele almaktadır.

Küresel güçler, medya platformlarının erişim gücünden faydalanarak, kitlelerin ortak bir anlatıya yönlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Bu süreçte, çerçeveleme, gündem belirleme, kamuoyu oluşturma ve yanlış bilgi yayma gibi stratejik manipülasyon yöntemleri, politik ve ekonomik çıkarların örtük bir şekilde sunulmasında kullanılmaktadır. Küresel medya içeriklerinin ideolojik yapısı, yalnızca haber ve bilgi üretimini değil, aynı zamanda kitlesel duyu durumlarını, bireylerin siyasi eylemlerini ve hatta ulusal politikalarındaki öncelikleri etkileyebilecek bir güce sahiptir. Bu

manipölasyon süreçleri, yalnızca bireyleri değil, ulusları da hedef alarak uluslararası ilişkilerde asimetrik bir güç dengesine yol açmaktadır.

Bu çalışma, küresel algı yönetimi ve manipölasyon süreçlerini tarihsel ve güncel örnekler çerçevesinde analiz ederek, medya gücünün politika oluşturmada nasıl bir kaldıraç olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Küresel medya ve algı yönetimi arasındaki bu etkileşim, yalnızca bilgi toplumu çağında değil, gelecek çağlarda da belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada, küresel güçlerin medya aracılığıyla oluşturduğu algı yönetiminin dinamikleri ve toplumlar üzerinde bırak istedikleri etkileri ele alınarak, bu çok boyutlu süreçlerin politik ve sosyal sonuçları detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Bu bağlamda araştırmanın ilk kısmında algı ve algı yönetimi öncelikli konulara odaklanılarak araştırmanın temeli oluşturulmuştur. Bireyin çevresini anlamlandırma süreci olan algı, yalnızca dış dünyayı olduğu gibi yansıtmakla kalmaz; aynı zamanda bu bilgilerin bireyin deneyimleri, değerleri ve toplumsal bağlamıyla nasıl harmanlandığını da ifade etmektedir. Algı, insanın bilgiye erişim ve anlam çıkarma süreçlerinin temel taşıdır. Ancak bu süreç, saf bir veri aktarımından ibaret değildir. Algılar, çoğu zaman bilgi sağlayıcıların içerik sunma biçimi, bağlamı ve üslubundan derin bir şekilde etkilenmektedir. Bu durum, algının nesnelliğini sorgulamaya açarken, bireylerin olayları değerlendirme biçimlerini yönlendiren bir manipölasyon alanını da beraberinde getirmektedir.

Bu çerçevede; algı yönetimi, bireylerin veya toplumların belirli olayları, durumları ya da aktörleri nasıl algıladığını stratejik bir biçimde şekillendirme çabasını ifade etmektedir. Algı yönetimi, yalnızca bilginin iletilmesiyle değil, aynı zamanda hangi bilginin seçildiği, nasıl kurgulandığı ve hangi bağlamda sunulduğu ile ilgilidir. Özellikle küresel medya gibi

geniş erişim alanına sahip platformlarda bu süreç, bireylerin olaylara yönelik tutumlarını belirlemekten, toplumsal hareketleri yönlendirmeye kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Medyanın algıyı şekillendirme gücü, sadece bireysel düzeyde değil, uluslararası ilişkiler ve küresel politikalar üzerinde de derin izler bırakmaktadır.

Algı yönetimi, modern bilgi toplumunda yalnızca bir iletişim stratejisi değil, aynı zamanda ikna, güç ve otoritenin uygulanmasına yönelik bir mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya aracılığıyla yapılan algı yönetimi, gerçeklik algısını yeniden inşa ederek, kitlelerin dikkatini belirli noktalara odaklama veya diğerlerini gölgede bırakma gücüne sahiptir. Örneğin, medyada öne çıkarılan krizler veya olaylar, toplumun algısını yalnızca belirli bir doğrultuda şekillendirmekle kalmamakta; aynı zamanda bireylerin harekete geçme biçimlerini, duygusal tepkilerini ve hatta sosyal kimliklerini yeniden tanımlamalarına yol açmaktadır. Bu durum, medya içeriklerinin yalnızca bilgi sağlayıcı değil, aynı zamanda değer biçici bir araç olarak nasıl işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Algı ve algı yönetimi kavramları, modern dünyada bilgi ve medya ilişkisinin merkezinde yer alan, kritik işlevlere sahip unsurlardır. Algı, bireylerin gerçekliği anlamlandırma süreçlerini belirlerken, algı yönetimi bu sürecin kontrolünü sağlayarak toplumsal dinamikleri yönlendirebilecek bir stratejik gücü ifade etmektedir. Küresel medya ortamında bu kavramlar, bireylerin bilgiye ulaşma ihtiyacını karşılamanın ötesinde, toplumsal, kültürel ve politik yapıların nasıl inşa edildiğini anlamak için vazgeçilmez bir perspektif sunmaktadır. Medyanın algı üzerindeki etkisi, bireysel düşünce dünyasından uluslararası düzene kadar çok katmanlı bir dönüşümün kapılarını aralamaktadır.

Küresel medya, bireylerin ve toplumların algılarını şekillendirme gücüyle algı yönetiminin en etkili araçlarından

biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber içeriklerinin yeniden kurgulanması ve çerçevelenmesi, hangi olayların ön plana çıkarılacağı ve hangi hikayelerin gölgede bırakılacağına dair editoryal tercihler, küresel medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu süreçte medya, yalnızca bir bilgi aktarım kanalı değil, aynı zamanda olayları belirli bir çerçevede sunarak toplumların algısını stratejik olarak yönlendiren bir aktör haline gelmektedir. Küresel aktörler, medya platformlarının erişim kapasitesinden yararlanarak toplumların olaylara dair önceliklerini ve duygusal tepkilerini biçimlendirmeyi mümkün kılmaktadır. Böylece, algı yönetimi süreci, bireylerin gerçekliği anlamlandırma biçimlerini ve karar alma süreçlerini dolaylı yoldan etkilemektedir. Küresel medyanın bu rolü, yalnızca günlük yaşamlarını değil, uluslararası politikaların dinamiklerini de etkileyen geniş bir etki alanına sahiptir. Örneğin, kriz dönemlerinde belirli bir ülke veya aktörün söylemleri medya aracılığıyla küresel ölçekte meşrulaştırılabilir ya da rakiplerin konumları zayıflatılabilir. Bu bağlamda, algı yönetimi teknikleri, medya aracılığıyla toplumsal algının kontrolünü sağlamada kritik bir strateji olarak kullanılmaktadır. Küresel medya, bilgi ve algı arasındaki sınırları bulanıklaştırarak, bireylerin olaylara dair nesnel yargılara ulaşmasını zorlaştırabilir ve böylece manipülatif süreçlerin etkisini artırabilir. Bu durum, küresel medya ve algı yönetimi arasındaki ilişkiyi, yalnızca bilgi çağında değil, dijital toplumun geleceğinde de çözümlemesi gereken bir olgu olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Bu doğrultuda, küresel medyanın algı yönetimi üzerindeki etkisi, yalnızca bireysel ve toplumsal düzeyde değil, uluslararası ilişkilerin dinamiklerinde de kendini göstermektedir. Özellikle kamu diplomasisi alanında, medyanın sunduğu imkanlar, ülkelerin politikalarını ve değerlerini küresel ölçekte şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Kamu diplomasisi, uluslararası arenada ülkelerin kamuoylarını ve karar alıcılarını hedef alarak, kendi politikalarını, değerlerini ve

çıkarlarını meşrulaştırma çabasını ifade etmektedir. Geleneksel diplomasiden farklı olarak, kamu diplomasisi doğrudan halkları hedef alır ve algı yönetimi ile sıkı bir ilişki içerisinde. Modern küresel medya ortamı, kamu diplomasisinin etkisini artırarak, bir ülkenin politikalarının yalnızca yerel değil, küresel ölçekte kabul edilmesini sağlayacak stratejik iletişim araçlarını mümkün kılmaktadır. Bu süreçte medya, ulusların kültürel ve politik değerlerini olumlu bir şekilde sunarken, aynı zamanda rakiplerin algısını zayıflatmak için de kullanılabilir. Algı yönetimi, kamu diplomasisinin temel taşı haline gelerek, uluslararası iknanın çerçevesini belirlemektedir.

Psikolojik savaş, düşman ya da hedef kitlelerin moralini bozmayı, korku yaymayı veya onların düşünce sistemlerini etkileyerek kendi stratejik çıkarlarına uygun hareket etmelerini sağlamayı amaçlayan bir manipülasyon sürecidir. Bu bağlamda, algı yönetimi, psikolojik savaşın hem aracı hem de amacı olarak işlev görmektedir. Küresel medya, psikolojik savaşın araçsallaştırıldığı en güçlü platformlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle dezenformasyon ve korku söylemleri, bireylerin algısını manipüle ederek toplumların karar alma süreçlerini etkilemektedir. Psikolojik savaş, uluslararası ikna çabalarının çatışma bağlamında ne kadar stratejik bir güce dönüşebileceğini ortaya koymaktadır.

Enformasyon savaşı, bilgi ve veri akışını kontrol altına alarak, rakiplerin bilgiye erişimini engellemeyi veya yanlış bilgi yayarak onların stratejik kararlarını manipüle etmeyi hedeflemektedir. Bu süreçte, algı yönetimi, doğru bilginin saklanması ve yanlış bilginin stratejik olarak yayılması yoluyla kitlelerin algısını yönlendirmek için kritik bir rol oynamaktadır. Küresel medya, enformasyon savaşının en etkili aracı olarak, doğru ile yanlış ayırt edemeyen kitleleri yönlendirmek için kullanılmaktadır. Uluslararası ikna bağlamında, enformasyon savaşı yalnızca düşman aktörlerin etkisiz hale getirilmesi için değil, aynı zamanda kendi ulusal çıkarlarının meşrulaştırılması için de uygulanmaktadır.

Toplum mühendisliği, toplumsal normların, değerlerin ve inançların bilinçli bir şekilde yeniden tasarlanmasını hedefleyen bir sosyal manipülasyon sürecidir. Bu süreçte algı yönetimi, toplumların mevcut algılarını değiştirmek veya yeni algılar inşa etmek için merkezi bir rol oynamaktadır. Küresel medya, toplum mühendisliğinin bir laboratuvarı olarak kullanılarak, belirli ideolojilerin, ekonomik modellerin veya kültürel normların benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, uluslararası ikna, yalnızca bireylerin değil, toplumların kolektif hafızalarını ve kimliklerini yeniden şekillendiren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu süreçte, bireylerin ve toplumların algılarını şekillendiren güç dinamikleri, uluslararası düzeyde daha geniş ve derin stratejilere hizmet edebilir. Özellikle küresel medya, bu stratejilerin bir uzantısı olarak, emperyalist hedeflerin görünmez ve etkili bir şekilde hayata geçirilmesine zemin hazırlamaktadır. Emperyalizm; ekonomik, politik ve kültürel olarak güçlü bir devletin, zayıf bir devlet veya toplum üzerindeki kontrolünü sürdürme stratejisini ifade etmektedir. Bu kontrol, yalnızca askeri ve ekonomik araçlarla değil, aynı zamanda algı yönetimi yoluyla da gerçekleştirilmektedir. Küresel medya, emperyalizmin modern araçlarından biri olarak, güçlü aktörlerin çıkarlarını meşrulaştırmak ve hedef kitlelerin bu çıkarları benimsemesini sağlamak için kullanılmaktadır. Algı yönetimi, emperyalizmin ikna edici boyutunu güçlendiren ve bu hegemonyayı görünmez kılan bir araçtır. Bu bağlamda, uluslararası ikna, emperyalist projelerin bir uzantısı olarak toplumların bilinçaltında yer edinmektedir.

Bu bağlamda, emperyalist stratejilerin sürdürülebilirliği, yalnızca algı yönetimiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda propaganda gibi sistematik yöntemlerle bu stratejilerin geniş kitlelere kabul ettirilmesi sağlanmaktadır. Propaganda, belirli bir ideoloji veya amacın kitlelere kabul ettirilmesi için kullanılan sistematik bir iletişim sürecidir. Propaganda ile algı yönetimi arasındaki ilişki, bilginin seçici

bir şekilde kullanılması ve çerçevelenmesiyle, bireylerin belirli bir doğrultuda düşünmeye yönlendirilmesine dayanmaktadır. Küresel medya, propaganda araçlarının hem hızını hem de etkisini artırarak, uluslararası ikna süreçlerini şekillendirmede merkezi bir rol oynamaktadır. İster bir ideolojinin yayılması isterse bir düşman imajının oluşturulması olsun, propaganda, uluslararası arenada algıları manipüle etmenin en etkili yöntemlerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Geçmişten günümüze yukarıda yer verilen tüm kavramlar kitle iletişim araçlarıyla yakından ilişkili olmuş, bunların en etkili parçası haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının en önemli bileşenlerinden biri olan haber medyası ise küresel ölçekte bilgi akışını kontrol eden ve algı yönetiminde stratejik bir güce sahip olan bir aktör olarak öne çıkmaktadır. Haber medyasının küresel ölçekte etkili olmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri, geniş kitlelere ulaşabilme ve mesajları hızla dolaşıma sokabilme kapasitesidir. Özellikle uluslararası gazeteler, belirli bir olay veya konu hakkında homojen bir anlatı oluşturarak, bu anlatıyı küresel ölçekte yayabilme gücüne sahiptir. Böyle bir güç, haber medyasını yalnızca bilgi sağlayıcı değil, aynı zamanda algı yönetiminin aktif bir unsuru haline getirmektedir. Bu da kamuoyu oluşturmada oldukça önemlidir.

Medyanın geniş erişim kapasitesi ve hızlı bilgi yayılımı, algı yönetiminin çok daha etkili bir şekilde uygulanmasını sağlamaktadır. Özellikle uluslararası gazeteler, küresel anlamda bireylerin bilgiye ulaşma ve yorumlama süreçlerini hızlandırdığı için, algı yönetimi stratejileri çok daha hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmaktadır. Medyanın kamuoyunu oluşturma gücü, aynı zamanda bireylerin düşüncelerini ve tutumlarını homojenleştirme eğilimi taşımaktadır. Bu, küresel medya aracılığıyla yayılan belirli bir anlatının dünya genelinde aynı şekilde algılanmasına yol açabilmektedir. Dolayısıyla medya, yalnızca algı yönetiminin bir aracı değil, aynı zamanda bu sürecin hızlandırıcısı ve kolaylaştırıcısıdır.

Bu dinamik, medyanın kamuoyu üzerindeki etkisini artırarak, algı yönetiminin gücünü daha görünür ve etkili bir hale getirmektedir.

Kitle iletişim araçları ve haber medyası, yalnızca bilgi aktaran araçlar olmaktan öte, algı yönetimi süreçlerinde belirleyici bir rol oynayarak toplumsal gerçekliklerin inşasında kritik bir güç odağına dönüşmüştür. Medya, hangi olayların görünür kılınacağına, nasıl çerçeveleneceğine ve hangi anlatıların ön plana çıkarılacağına karar vererek bireylerin ve toplulukların algı dünyasını şekillendirmektedir. Bu bağlamda, medyanın inşa gücü, sadece mevcut olayları aktararak değil, aynı zamanda olaylara yüklenen anlamlar ve bu anlamların sunuluş biçimiyle kamuoyunu etkileme potansiyelini ifade etmektedir. Haber medyasının bazı işlevleri, kamusal tartışma alanlarını sınırlandırırken, aynı zamanda bireylerin olaylara ilişkin tutum ve davranışlarını yönlendirmektedir. Algı yönetimi çerçevesinde medya, hem sembolik düzenlemeler aracılığıyla gerçekliği yeniden üretmekte hem de bireylerin sosyal bağlamda neyin “önemli” olduğunu tanımlamalarını sağlamaktadır. Bu süreç, medyanın ideolojik işlevini ortaya koyarken, toplumsal konsensüsün inşasında, kriz dönemlerinde toplumsal algının yönlendirilmesinde ve politik söylemlerin meşrulaştırılmasında belirleyici bir etkidir. Dolayısıyla, medyanın kamuoyu oluşturma gücü, bireylerin bilinç düzeyini ve toplumsal hareketliliği etkileyen bir araç olmaktan ziyade, modern toplumlarda gerçekliğin şekillendirilmesinde merkezi bir aktör olarak değerlendirilmelidir.

Kamuoyu oluşumunda ideoloji, bireylerin ve toplumların olaylara, değerlere ve olgulara yaklaşımını şekillendiren temel bir çerçeve sunmaktadır. Haber medyası, belirli ideolojik duruşları görünür kılarak ya da diğerlerini gölgede bırakarak toplumsal algının belirli doğrultularda inşa edilmesine hizmet etmektedir. İdeoloji, medyanın haber kurgulama stratejilerinde kendisini açıkça göstermektedir. Belirli bir olayın olumlu ya da olumsuz yönlerinin vurgulanması, haberlerin hangi bağlamda



sunulacağıının ideolojik temellere dayanmasıyla ilişkilidir. Algı yönetimi bağlamında ise ideoloji, bireylerin toplumsal gerçekliğe ilişkin ön kabullerini pekiştiren ve bu kabulleri medya içerikleri aracılığıyla sürekli yeniden üreten bir işlev görmektedir. Örneğin, haber medyasındaki tarafsızlık ya da sansür uygulamaları, belirli bir ideolojik çerçevenin hakim kılınması için bir araç olarak kullanılmakta ve kamuoyunun belirli bir ideoloji ekseninde şekillenmesini sağlamaktadır.

Kamuoyunun oluşumunu etkileyen birçok faktör mevcuttur. Nüfusun demografik yapısı, kamuoyu oluşumunda dikkat edilmesi gereken önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Toplumun yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, ekonomik durum ve coğrafi dağılım gibi demografik özellikleri, medyanın sunduğu içeriklerin nasıl algılandığını ve bireylerin bu içeriklere nasıl tepki verdiğini doğrudan etkilemektedir. Örneğin, genç nüfusun teknolojiye yatkınlığı, dijital medya platformlarının kamuoyu oluşturma üzerindeki etkisini artırırken, yaşlı nüfusun geleneksel medya kanallarına olan bağlılığı, farklı medya araçlarının farklı gruplar üzerindeki etkisini çeşitlendirmektedir. Haber medyası, bu farklılıkları göz önünde bulundurarak içeriklerini hedef kitleye göre uyarlamakta ve algı yönetimini demografik özelliklere göre şekillendirmektedir. Nüfus dinamikleri, ayrıca, medyanın toplumun hangi kesimlerine hitap edeceğini belirleyerek kamuoyunun homojen ya da heterojen bir yapıda oluşmasını etkilemektedir.

Kültür ve din kamuoyunu etkileyen bir diğer faktördür. Bunlar bireylerin dünya görüşlerini, değer sistemlerini ve sosyal normlarını biçimlendiren temel unsurlar olarak kamuoyu oluşumunda güçlü bir rol oynamaktadır. Haber medyası, kültürel ve dini değerlere duyarlı içerikler üreterek, toplumsal kabul ve onay kazanma amacı gütmektedir. Ancak bu durum, aynı zamanda algı yönetimi stratejilerinde manipülatif bir araca dönüşebilmektedir. Kültürel farklılıkların ya da dini hassasiyetlerin, medyada belirli grupların

ötekileştirilmesi ya da idealize edilmesi amacıyla kullanıldığı örnekler, kamuoyunun farklı yönlerde şekillenmesine neden olabilmektedir. Medya, dinin toplumsal bağlayıcılığını kullanarak bireylerin değer yargılarını etkileyebilirken; bu da kamuoyunun belirli bir çerçeveye oturtulmasını kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda, kültürler arası çatışmaların ya da ortak değerlerin vurgulanması, medyanın kamuoyunu birleştirici ya da ayrıştırıcı bir güç olarak hareket etmesine yol açmaktadır.

Son olarak bu unsurlardan baskı grupları, kamuoyunun yönlendirilmesinde ve algı yönetiminde hem medya hem de bireyler üzerinde etkili olan kilit aktörlerdir. Sivil toplum örgütleri, sendikalar, lobi grupları ve diğer çıkar odakları, medyanın gündem belirleme işlevi üzerinde etkili olarak, kendi söylemlerinin yaygınlaştırılmasını sağlamaktadır. Bu gruplar, medya içeriklerini doğrudan etkileyebilecek finansal ya da siyasi güce sahip olduklarında, kamuoyunun bu çıkar gruplarının hedefleri doğrultusunda yönlendirilmesi kolaylaşmaktadır. Algı yönetimi bağlamında baskı grupları, kamuoyunda belirli bir algının oluşması için sosyal kampanyalar düzenleyerek, medyanın bu kampanyaları destekleyici içerikler üretmesini teşvik edebilmektedir. Böylece medya, hem baskı gruplarının stratejik hedeflerini gerçekleştirmesine hizmet eder hem de toplumun genel algısını şekillendirmektedir. Bu süreçte, kamuoyu, belirli bir grup ya da ideolojinin çıkarları doğrultusunda inşa edilmiş bir gerçeklik algısına sahip olmaktadır.

Haber kuramlarından gündem belirleme kuramı, kamuoyu oluşturma sürecinde nüfus, ideoloji, din ve kültür gibi sosyokültürel dinamiklerin yanı sıra baskı gruplarının etkilerini analiz eden önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Bu kuram, medyanın, belirli konuları öne çıkararak toplumsal öncelikleri şekillendirdiği savına dayanmaktadır. Medya, hangi meselelerin tartışılacağını ve bu meselelerin hangi perspektiflerden ele alınacağını seçerken, bireylerin ve grupların

algılarını doğrudan etkileyen bir filtre işlevi görmektedir. Bu bağlamda, nüfus dinamikleri gibi demografik özellikler, medyanın hangi konuları ele aldığına ve bu konuların hangi toplumsal kesimleri etkilediğine dair kritik bir belirleyici faktördür. Aynı şekilde, ideoloji ve kültürel değerler, medya içeriklerinin üretiminde ve kamuoyu üzerindeki etkisinin belirlenmesinde temel teşkil etmektedir. Bu bağlamda, baskı gruplarının medyayı ve gündem belirleme süreçlerini yönlendirme çabaları, medya ile kamuoyu arasındaki etkileşimin çift yönlü bir süreç olduğunu göstermektedir.

Çerçeveleme kuramı ise medyanın yalnızca gündem belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda haberlerin sunum biçimi ve çerçevesi aracılığıyla algıyı yönlendirdiğini savunmaktadır. Bu kurama göre, bir haberin nasıl çerçevelendiği, kamuoyunun konuya ilişkin düşünme biçimini ve bu konuda alınacak tutumu doğrudan etkilemektedir. Örneğin, bir haberin dinsel veya ideolojik bir çerçevede sunulması, izleyicilerin olaya bakış açısını belirgin bir şekilde şekillendirebilmektedir. Medya, toplumsal kültürün, dinin ve ideolojinin normatif yapısını göz önünde bulundurarak, hangi değerlerin vurgulanacağına karar vermektedir. Bu süreçte baskı gruplarının etkisi, medya içeriklerinin çerçevelenmesinde daha belirgin hale gelmektedir. Medya, bu grupların çıkarlarını kamuoyuna sunarken belirli bir dil ve söylem benimsemektedir. Böylece çerçeveleme, medya, kamuoyu ve toplumsal güçler arasındaki dinamiklerin daha incelikli bir analizini mümkün kılmaktadır.

Kitle iletişim kuramlarının oluşturulmasına en büyük kaynaklık eden kuruluşlar genellikle küresel güçlerin sahip olduğu gazete, haber ajansları, televizyon kanalları gibi medya mecralarıdır. Dolayısıyla küresel güçler ile uluslararası medya kuruluşlarının yapıları ve ilişkileri, haber medyasının işlevselliği ve bağımsızlığı açısından karmaşık bir etkileşim ağını temsil etmektedir. Küresel güçler, ekonomik, siyasi ve ideolojik çıkarlarını uluslararası medya platformları aracılığıyla meşrulaştırmak ve yaymak için önemli stratejik avantajlara

sahiptir. Özellikle büyük medya kuruluşlarının mülkiyet yapıları ve finansman kaynakları, bu kuruluşların içerik üretim süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Örneğin, haber medyasının sahiplik yapısı, genellikle küresel finans çevreleri ve hükümet politikalarıyla doğrudan veya dolaylı bir ilişki içindedir. Bu durum, medya kuruluşlarının haber içeriklerini belirlerken tarafsızlık ve bağımsızlık ilkelerinden ödün vermelerine neden olabilmektedir. Medyanın ekonomik bağımlılıkları, haberlerin hangi perspektiften çerçeveleneceğini etkileyerek, küresel güçlerin çıkarlarına hizmet eden bir söylem inşa edilmesini kolaylaştırmaktadır.

Uluslararası medya kuruluşları, küresel güçlerin ideolojik ve siyasi ajandalarını uygulamak için etkili bir araç olarak işlev görmektedir. Bu ilişki, özellikle medya tekellerinin varlığıyla daha da pekiştirmektedir. Sınırlı sayıda uluslararası medya şirketi, küresel haber akışını kontrol ederek, belirli bir merkezden üretilen haberlerin çevre ülkelere yayılmasını sağlamaktadır. Bu süreç, haber medyasının küresel güçlerin stratejik çıkarlarına uygun bir gündem oluşturmaya ve algı yönetimi süreçlerinde etkin bir rol oynamasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, medya kuruluşlarının devlet politikalarıyla uyumlu bir şekilde hareket etmesi, küresel politikaların uluslararası kamuoyu nezdinde meşrulaştırılmasını sağlamaktadır. Uluslararası medya sistemlerinde bu tür ilişki ağları, haberlerin seçilmesi, çerçevelenmesi ve sunulmasında belirgin bir taraflılık yaratmakta, küresel güçlerin hegemonyasını medya aracılığıyla pekiştirmektedir.

Kuramsal çerçeve çizildikten sonra elbette medyanın problemlerine de ayrıca göz atmak gerekmektedir. Küresel enformasyon ve haber akışındaki eşitsizlik, uluslararası medyanın tarafsızlık ve bağımsızlık ilkelerini tehdit eden en önemli sorunlardan biridir. Enformasyonun belirli merkezlerden çevre ülkelere aktarılması, haber içeriklerinin çoğunlukla gelişmiş ülkelerin bakış açılarını ve çıkarlarını yansıtmaya neden olmaktadır. Bu durum, algı yönetimi

süreçlerinde gelişmiş ülkelerin hegemonik bir üstünlük kurmasına olanak tanımaktadır. Algı yönetimi bağlamında, küresel enformasyon akışı, çevre ülkelerin yerel gündemlerini şekillendirirken, merkez ülkelerin siyasi ve ekonomik çıkarlarını meşrulaştırmak için bir araç olarak kullanılmaktadır.

Serbest enformasyon akışı ilkesi, bilgiye engelsiz erişim ve yayılımı savunsun da, bu ilke çoğu zaman ekonomik ve teknolojik olarak güçlü aktörlerin çıkarlarına hizmet eden bir yapıya dönüşmektedir. Serbest akışın denetimsiz doğası, güçlü medya kuruluşlarının zayıf ülkelerdeki medya ortamını manipüle etmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, algı yönetimi süreçleri, serbest akış ilkesi aracılığıyla güçlü medya aktörlerinin kendi anlatılarını küresel çapta yaygınlaştırması ve rekabet eden alternatif anlatıları marjinalize etmesiyle gerçekleştirilmektedir. Teknolojik yeterlilikteki eşitsizlik ise uluslararası medya sistemlerinde tarafsızlık ve bağımsızlık sorunlarını derinleştiren bir diğer önemli faktördür. Teknolojik altyapıya erişimi sınırlı olan ülkeler, küresel medya platformlarında kendi seslerini duyurmakta zorluk çekmektedir. Bu durum, algı yönetiminde teknolojiye sahip olan ülkelerin tek taraflı bir üstünlük sağlamasına yol açmaktadır.

Medya sektöründe tekelleşme ve büyük medya gruplarının mülkiyet yapısı, haber üretim ve yayım süreçlerinde bağımsızlık ve tarafsızlık ilkelerine zarar vermektedir. Küresel ölçekte bir avuç şirketin medya pazarını kontrol etmesi, habercilikte tek yönlü bir anlatının hakim olmasına ve çeşitliliğin azalmasına neden olmaktadır. Bu durum, algı yönetiminde belirli çıkar gruplarının söylemlerini güçlendirme, karşıt söylemleri ise bastırma olasılığını artırmaktadır. Medya tekelleri, sahip oldukları ekonomik ve siyasi güç sayesinde, toplumları manipüle edebilecek stratejik anlatılar oluşturarak geniş kitleler üzerinde etkili olabilmektedir. Medyanın merkez-çevre ve kuzey-güney akış modelleri, enformasyonun gelişmiş ülkelere doğru asimetrik bir

şekilde ilerlemesini ifade etmektedir. Bu asimetrik yapı, çevre ülkelerdeki medya ortamını bağımlı hale getirirken, merkez ülkelerin küresel algıları şekillendirmesini kolaylaştırmaktadır. Algı yönetimi açısından bu model, çevre ülkelerin halklarının ve liderlerinin, merkez ülkelerin belirlediği değerler ve gündemler doğrultusunda yönlendirilmesine olanak tanımaktadır. Böylelikle, merkez ülkeler kendi çıkarlarını küresel çapta meşrulaştırırken, çevre ülkelerin alternatif söylemleri marjinalleştirilmektedir.

Küresel medya kuruluşlarının yapısı incelendiğinde uluslararası haber akışını domine edenlerin Batılı ülkeler olduğu görülmektedir. Bu ülkeler içerisinde ön plana çıkan ülkenin ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Dolayısıyla küresel haber akışının ABD politikaları ile doğrudan ilintili olduğu söylenebilmektedir. Bu politikaların en başında ise Orta Doğu politikaları gelmektedir. Orta Doğu, ABD için enerji kaynaklarının bolluğu, stratejik konumu ve jeopolitik dinamikleri nedeniyle büyük önem taşımaktadır. Bölge, küresel petrol ve doğal gaz rezervlerinin merkezinde yer alırken, enerji arz güvenliği ABD'nin ulusal çıkarları açısından hayati bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, küresel haber medyası, ABD'nin Orta Doğu politikalarını meşrulaştırmak ve kamuoyu desteği sağlamak için önemli bir araç işlevi görmektedir. Özellikle Amerikan merkezli medya kuruluşları, bölgedeki olayları kurgulama biçimleriyle ABD'nin politik çıkarlarını desteklerken, genellikle olumlu ya da olumsuz algılar yaratmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla, ABD'nin Orta Doğu politikaları ile küresel medya arasındaki ilişki hem bilgi üretimi hem de algı yönetimi bağlamında karşılıklı bir etkileşim içinde şekillenmiştir.

ABD tarafından Büyük Orta Doğu Projesi (BOP), daha sonraki adıyla Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi (GOKAP), 2000'li yıllarda gündeme getirilen ve bölge ülkelerinde demokratikleşme, ekonomik kalkınma, insan haklarının iyileştirilmesi gibi hedefler üzerinden şekillendirilen

bir stratejik vizyon olarak sunulmuştur. Bu proje, ABD'nin Orta Doğu'ya yönelik geniş kapsamlı politikalarının bir yansıması olup; bölgenin enerji kaynaklarının kontrolü, İsrail'in güvenliğinin sağlanması, terörizmle mücadele ve ideolojik nüfuzun artırılması gibi hedefleri de içermektedir. Ancak GOKAP'ın asıl amacı, Orta Doğu'daki rejimlerin yeniden yapılandırılması ve ABD'nin stratejik çıkarları doğrultusunda istikrarlı bir düzen oluşturulmasıdır. Küresel medya, bu bağlamda, GOKAP'ın meşrulaştırılmasında ve kamuoyu desteği sağlanmasında kilit bir araç olarak kullanılmıştır. Özellikle demokratikleşme söylemleri, bölgedeki rejim değişikliklerini haklı çıkarma amacıyla sıkça vurgulanmış, medyada özgürlük ve insan hakları temaları ön planda tutulmuştur. Bununla birlikte, Irak ve Afganistan savaşlarında olduğu gibi, medya aracılığıyla yaratılan algılar, ABD'nin askeri müdahalelerini desteklemek için manipülatif bilgilere dayalı olabilmektedir. Dolayısıyla, GOKAP, ABD'nin küresel hedeflerini gerçekleştirme yolunda medya desteğini etkin bir şekilde kullandığı ve aynı zamanda bölgeyi şekillendirme çabalarının bir parçası olarak öne çıkmıştır. Bu süreç, ABD'nin bölgedeki varlığını artırırken, medyanın haberleri kurgulama biçimleriyle uluslararası kamuoyunda tartışmalı bir alan yaratmıştır.

11 Eylül 2001 saldırıları, ABD'nin dış politikasında radikal bir dönüşüme neden olmuş, özellikle terörizmle mücadele çerçevesi altında yeni bir küresel strateji benimsenmiştir. Bu strateji, ABD'nin Orta Doğu'daki müdahalelerini ve geniş çaplı politikalarını meşrulaştırmak için bir araç olarak kullanılmıştır. Medya, bu bağlamda, ABD dış politikasının amaç ve hedeflerini destekleyen bir söylem üretim merkezi haline gelmiştir. GOKAP'ın bir uzantısı olarak sunulan “demokratikleşme” ve “özgürlük” söylemleri, ABD'nin Orta Doğu'daki müdahalelerini meşrulaştıran ana unsurlar olmuştur. Medya kuruluşları, terör tehdidinin boyutlarını dramatize ederek ve ulusal güvenlik endişelerini ön plana

çıkarak, halkı hükümetin dış politika hedefleriyle uyumlu hale getirme işlevi görmüştür. Özellikle Irak Savaşı öncesinde, kitle imha silahları iddialarının medyada yaygın bir şekilde yer alması, ABD'nin askeri müdahalelerine yönelik kamuoyu desteğini artırmıştır.

Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi bağlamında, medya ve dış politika arasındaki bu uyum, “algı yönetimi” stratejisinin önemli bir bileşeni olmuştur. Medya, özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi evrensel değerlere dayalı söylemlerle ABD'nin bölgedeki müdahalelerini haklı çıkarmış, bu müdahalelerin aslında stratejik ve ekonomik motivasyonlarını geri planda bırakmıştır. Medyanın tek yönlü ve genellikle hükümet söylemiyle paralel bir yayın politikası izlemesi, ABD dış politikasını eleştiren seslerin görünürliğini azaltmış ve bu politikaların küresel ölçekte kabul edilebilirliğini artırmıştır. Sonuç olarak, 11 Eylül sonrası medya, GOKAP'ın ideolojik bir destekleyicisi ve uygulayıcısı olarak, ABD'nin küresel stratejik hedeflerinin gerçekleşmesine hizmet eden bir araç işlevi görmüştür.

Gazetelerin başlıklar aracılığıyla algı yönetimi gerçekleştirmesi, medyanın kamuoyu oluşturma üzerindeki gücünü ve dış politika söylemlerine katkısını anlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Başlıklar, haberin çerçevesini belirleyen ve okuyucunun algısını şekillendiren ilk temas noktasıdır. Bu nedenle başlıkların içerdiği dil, vurgulanan unsurlar ve kullanılan metaforlar, özellikle kriz dönemlerinde güçlü bir etki yaratmaktadır. 11 Eylül sonrası dönemde ve GOKAP bağlamında, gazetelerin başlıkları genellikle “özgürlük”, “terörle mücadele”, “güvenlik” gibi kavramları merkeze alarak, ABD'nin askeri müdahalelerini ve bölgesel politikalarını meşrulaştıran bir bağlam sunmuştur. Bu başlıklar, genellikle tehdit algısını artıran, ulusal güvenlik endişelerini ön plana çıkaran ve ABD dış politikasını destekleyen bir söylem üretmiştir. Böylelikle, medya sadece haber aktaran bir araç olmaktan çıkıp, devlet politikalarının



ideolojik bir destekleyicisi haline gelmiş, okuyucunun olayları belirli bir bakış açısıyla algılamasına katkıda bulunmuştur.

Bu çalışmada; yer verilen bu bilgiler ışığında araştırma kapsamında 1 Haziran 2023-1 Haziran 2024 tarihleri arasında geçen bir yıllık periyotta uluslararası mecrada en çok okunan ve ulusal/uluslararası aboneliği en fazla ABD merkezli gazeteler olan Los Angeles Times, The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post ve USA Today gazetelerinde yer alan Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgeleriyle ilgili haber başlıkları araştırmanın akademik literatürde ortaya konan algı yönetimi ve manipülasyon teknikleri üzerinden ele alınmıştır. Araştırmanın temel problemine ve sorularına uygun olarak ele alınan haber başlıkları, nitel ve nicel veriler kullanılarak içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir.

# Algı Yönetimi, Küresel Algı Yönetiminin Aktörleri ve Stratejileri

Gelişen askeri, ulaşım, bilgisayar ve iletişim teknolojileri ile toplumların birbirine yakınlaşması farklı egemenlik kurma yöntemlerini de gerekli kılmıştır. Ülkelerin farklı ülkeler üzerindeki çıkar ve güç elde etme çabaları geçmişte, genellikle askeri güce dayansa da günümüzde durum oldukça değişmiş, savaş şekil değiştirmiştir. Askeri gücün hala var olduğu bilinen bir gerçektir; ancak iletişim ve enformasyon teknolojileri ile askeri güçten çok daha etkili ve daimi yöntemleri de ortaya çıkarmıştır. Bu sebeple günümüzde, ülkelerin iktidar ve çıkar çatışmalarına hizmet eden iki tür güçten bahsetmek mümkündür.

Ülkelerin birbirleri üzerinde üstünlük kurma, ideolojilerini benimsetme, politik stratejilerini gerçekleştirmek için birçok yöntemin mevcut olduğu söylenebilir. Bunları sert ve yumuşak güç olarak sınıflandırmak mümkündür. Sert güç; emir, zorlama, ikna etme noktalarından oluşmaktadır. Bu tutumların oluşması için de sert güçte; baskı, yaptırımlar, rüşvet ve ödemelere başvurulmaktadır (Nye, 2004, s. 8). Tehdit ile

bir cezalandırma yoluna gidilmektedir. Bu yol, bir devletin elindeki güçler aracılığıyla diğer figürlerin çıkarlarına direkt olarak müdahalenin yapılmasıyla cereyan etmektedir. Bir ülke kendi hedeflerinin ve değerlerinin diğer aktörler tarafından kabullenilmesinin koşullarını oluşturabilirse, askeri ve ekonomik güce, yani sert gücüne daha az başvurabilmektedir.

Uluslararası alanda en etkili güç kullanım şekli, daha az maliyetli ve daha kalıcı çözümler alınabilen, bununla beraber meşru zemine dayanan ve rıza faktörünün dahil olduğu yumuşak güç yöntemleri ile sağlanabilmektedir (Özdemir, 2008, s. 140). Yumuşak güç unsurları ile askeri veya ekonomik müdahalelerle elde edilemeyecek sonuçların elde edilme yolu açılmış olur. Böylece hem sert güç unsurlarına başvurmanın maliyeti ortadan kalmış olur hem de ulaşılmak istenen amaçlar için uluslararası camianın tepkisi çekilmeden çok daha örtük yollarla hedefe varılmış olur. Esas olan sert güce başvurmadan, ikna ve rızaya dayalı bir şekilde toplumların üzerinde etki ve istenilen kamuoyunu oluşturmaktır. Küreselleşmenin ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve kitle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkisiyle de ülkeler algı yönetimine yalnızca kendi ülke içlerinde ihtiyaç duymamakta; ulusların birbiriyle sınırlarının kalkması ve ilişkilerin artması sebebiyle başka toplumlar /ülkeler üzerinde de etki bırakmak ve politikalarının meşruiyetini sağlamak için ihtiyaç duymaktadırlar.

Kişi ve kurumların hakimiyet sağlamak, yönetmek, iktidarı elde etmek veya devamlılığını sağlamak için hedef kitleyi ikna edebilmesi gerekmektedir. Yürütülen faaliyetler ile bireylerin istenilenler doğrultusunda hareket etmesi yönünde bir algı oluşturulmakta ve bu algı yönetilmektedir.

### **1.1. Algı Kavramı Tanım ve Kapsamı**

Algı ve algı yönetimini detaylı olarak açıklamadan önce sıkça kullanılacak olan “gerçek” kavramına kısaca değinilmesi

gerekmektedir. Gerçek, objektif ve nesnel olup hayali veya zihinde yaratılmamaktadır. Tam anlamıyla var olan gerçek, bir olay, olgu veya durumdur, varlığı ise yadsınamazdır. Felsefi olarak tartışmalı olan bu kavramın, ne olduğu, nasıl algılandığı konusu Antik Çağ'dan günümüze kadar tartışla gelmektedir. Mağara metaforunda; gerçeğin görülmediğini, “gerçeğin gölgesi” olarak algılanabildiğini iddia eden Platon, gerçeğin her zaman algının arkasında ve algılarla kabul edilenler olduğunu belirtmektedir (Platon, 2017, s. 231-235). Gündelik yaşam da dahil olmak üzere tanık olunan gerçek olay ve durumlara ulaşıldığı anda algılar devreye girmektedir. Alıcının edinmiş olduğu bilgiyi işlemesi, saklaması ve buna yönelik tepki oluşturması algılarıyla gerçekleşmektedir. Bu nedenle, gerçeklik saf halinden çıkarak, ulaştığı alıcı kadar şekil değiştirmektedir. Bu da gerçekliğin mutlak veya hakikat olarak nitelendirilemeyeceğini göstermektedir. Özetle her bireyin ya da her topluluğun kendi gerçekliği mevcuttur. Saf gerçeklik algılar aracılığıyla çok sayıda farklı şekle bürünmektedir. “Simulakr”<sup>1</sup>, “simüle etmek”<sup>2</sup> ve “Simülasyon”<sup>3</sup> kavramlarıyla gerçek/gerçeklik kavramlarını açıklayan Baudrillard, günümüzde gerçeğin minyatürleşmiş hücreler, matrisler, bellekler ve komut modellerini tarafından üretildiğini belirtirken bu yolla gerçekliğin sonsuz üretiminin mümkün olduğunu vurgulamış, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçeğe, yani “hipergerçek”ten bahsetmiştir (2013, s. 15).

Algı ve algı yönetimi kavramlarına geçmeden önce gerçekliğin üç farklı boyutunun da kısaca açıklanması gerekmektedir (Türk, 2014, s. 14-15):

- 
- 1 Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm (Baudrillard, 2013, s. 8).
  - 2 Gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak (a.g.e, s. 8).
  - 3 Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin inceleme, gösterilme ya da açıklama amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi (a.g.e, s. 8).

1. **Özgün Gerçeklik:** Olay veya durumun hakikat halidir. Bizzat gözlemlenmiş, objektif bir şekilde tanık olunmuş, içinde herhangi bir yorum, fikir veya kurgu yoktur. Gazetecilerden beklenen aslında bu özgün gerçekliktir. Gazetecinin bizzat şahit olduğu olayı, herhangi bir filtreden geçirmeden (bilinçli veya bilinçsiz), yorumunu katmadan tarafsız ve objektif gerçeğin aktarılması beklenmektedir.
2. **Sunumsal Gerçeklik:** Hakikatin aktarılma süreciyle başlar. Aktaranın yorum, görüş, dünyaya bakış açısı, kişisel deneyimleri ve geçmişi gibi birçok özelliği gerçekleri aktarmada etkili rol oynamaktadır. Bu bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde de yapılabilir. Gerçek bu süreçte kurgulanmaya başlar ve artık aktarılan gerçeklik, başkasının gerçekliği olarak kurgulanmış sunumdur. Gazetecinin tanık olduğu olayı haberleştirmesi ve bunu kamuya aktarması buna örnektir.
3. **Algısal Gerçeklik:** Bahsedildiği üzere gerçeklik algılarımızın gölgesinde kalan algılayabildiğimiz kadarıyla bir gerçeklik söz konusudur. Bir olay ya da durum ne kadar kurgulanarak aktarılsa da birey/ toplumun kişisel özellikleri, eğitimi, geçmişi ve deneyimleri gibi birçok unsur tarafından tekrar yorumlanmaktadır. Algısal gerçeklik, alıcı tarafından gerçekliğin yeniden okunması ve şekillenmesi sürecidir. Özetle hedef kitlenin “asıl gerçekliği”nin algısal gerçeklik olduğu söylenebilir.

Yukarıda gerçekliğin üç boyutunda görüleceği üzere, her şey alıcının algılama sürecine bağlıdır. Algıların gerçeklerin önüne geçmesiyle artık algı gerçektir ve bireyler algıladıklarına inanmaktadırlar. Bu nedenle bir mesajın doğru iletilmesi ve sürecin başarıyla tamamlanması için hedef kitlenin algılama süreci analiz edilerek, algı yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Algılama, duyular ve zihin aracılığıyla fark edilen nesne, durum ve olayların birbiriyle ilişkilendirilerek anlamlandırılması, yorumlanması ve uyarının nitel ve nicel olarak yargılanması süreci olarak tanımlanabilir. Algılama bir farkına varma-vardırılma ve söz konusu olguyu her yönden yargılayıp değerlendirme ve bilinçli şekilde zihinsel bütünlük oluşturma sürecidir (Tunç & Atılğan, 2017, s. 229-230). Algılama esnasında alıcı; öncelikle dikkatini çeken, ilgisi olduğu veya merak ettiği konulara yönelik uyaranlara yönelmekte, geri kalan uyaranları ise dikkate almamakta hatta çoğu zaman fark etmemektedir. Algılama gözlemlene, anlama ve yorumlama gibi birçok faaliyeti içeren bir nörofizyolojik aktivitedir. Bunun sonucunda oluşan ürün algı ise çoğu psikolog tarafından “gerçek” olarak tanımlanmakta; daha önce de bahsedildiği üzere bireyin kendi gerçekliği oluşmaktadır.

### **1.1.1. Algı ve Algılama Süreci**

İnsanlar hem kişisel hem de sosyal hayatlarında iletişim ve etkileşim kurmak zorundadır. Bu iletişim süreci ve aynı zamanda anlamlandırma süreci ise algılar yoluyla başlamakta, ilerlemektedir. Buna göre iletişim özünde bir algı ve algılama sürecidir. Bu sebeple kavramların detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir.

Duyu organlarıyla edinilen bilgileri öğrenme süreci iki farklı şekilde oluşmaktadır: Bunlardan birincisi; “aşamalı öğrenme” olup, bebeklikten yetişkinlik dönemine kadar olan süreci kapsarken; ikincisi ise eğitim, din, iş yaşamı, çatışma, arkadaşlık, dernekler, kahramanlar, liderler, korkular, arzular ve kızgınlıklar gibi çocukluktan yetişkinliğe uzanan “asimetrik öğrenme” sürecidir (Bakan & Kefe, 2012, s. 21). Buradan hareketle öğrenmenin insanın doğuşu ile başladığı, çevresindeki gelişmeler ile şekillendiği ve böylece kişinin öğrenme sürecinin sürekli olduğu söylemek mümkündür.

İnsanın sosyal bir varlık olmasının getirdiği en büyük özellik ve ihtiyaç, çevresiyle ilişki içerisinde olması gerekliliğidir. Bireyler ve dolayısıyla toplum, temel olarak hayatta kalmak için çevresinde olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Yaşamını sürdürebilmesi için dış dünyayı anlamak, kendisini anlatmak, anlamlandırdıklarına uygun olarak seçimler yapmak ve bunlara göre davranış geliştirmek amacıyla iletişim kurmak zorundadır. İletişim; bilgi aktarımı, duyu ve düşünceleri paylaşabilme gibi işlevlerin yanı sıra karşılıklı etkileme sürecini de kapsamaktadır. Kişi veya gruplar hedef alıcıyı belirli bir davranışa/tutuma ikna etme ve etkilemek için bilinçli bir iletişim süreci gerçekleştirmektedirler. Ancak iletişim sürecinde bu davranış ve tutumların oluşması için bireyler ve toplumlar üzerinde belli algılar yaratılmaktadır. Çünkü bireyler çevrelerinden almış oldukları uyaranları yorumlayarak ve değerlendirerek etrafındaki olgulara anlam vermekte ve bazı algılar oluşturmaktadırlar.

Biyolojik anlamda tanımlanacak olursa algı, dış dünya tarafından üretilen fiziksel duyumların bir zihinsel yorumlaması olup; zihinsel yorumlama olarak geçen kavram ise çevrenin içsel bir modelini oluşturma olarak açıklanmaktadır (Johansson & Xiong, 2003, s. 232). En basit tanımıyla algı, dünyada ve çevrede gelişen durum, nesne ve olayların duyumlar aracılığıyla öznel bilince aktarılarak işlenmesidir. Bu işlem sonunda ortaya çıkan ürün olan algı; duyu uyarıcılarının, duyu alıcılarına ulaşmasıyla başlamakta ve algılanan duyunun tanınmasına, farkına varılmasına, kavranmasına, idrak edilip tanımlanmasına kadar geçen fiziksel, nörolojik ve bilişsel süreçlerin tamamını kapsamaktadır (Tunç & Atılğan, 2017, s. 229). Duyular aracılığıyla bilince aktarılan etki yalnızca rasyonel bir ürün değildir, aynı zamanda duyguları da etkileyen duyuusal bir ürün olarak da görülmektedir. Bireylerin çevresinde oldukça fazla soyut ve somut uyaran mevcuttur. Bu karmaşık süreçte, duyumlar ve akıl yoluyla bazı uyaranları hissederek, seçer ve bazı anlamlar yükleyerek

algı oluşturulmaktadır. Özetle, bireyler algıları sonucunda dünyaya ve çevresinde yaşananlara anlam yükleyerek hareket etmektedirler. Tüm bu süreç, duyuların da aracılığıyla beyinde gerçekleşen birçok işlem sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Johansson ve Xiong'un "zihinsel yorum" olarak nitelendirdiği algılar; neye, nasıl, ne şekilde tepki verilip, hareket edildiğini gösterirken, zihinde bazı değerler, sorunlar ve bu sorunların çözümlerini de ortaya çıkarmaktadır. Doğumdan itibaren başlayan bu algı sürecine ve bu işlem döngüsüne ise algılama süreci denilmektedir. Arıkboğa, algılama sürecini özetle; bireylerin içinde bulundukları çevreyi anlamlandırmak için aldıkları uyarıları organize etme ve yorumlama süreci olarak tanımlamıştır (t.y., s. 31). Fiziki ve sosyal olayların anlamlandırılması ve algılamasında da aynı algı oluşturma süreci söz konusudur.

Algılama süreci yalnızca bireylerin ilgisini çeken, merak uyandıran uyarıcıların etkisinden ibaret değildir. Kaynaktan alıcıya mesaj iletimi, her toplumda ve her bireyde farklılık gösterebilen sosyal ve geleneksel ortam içinde seyretmekte; bireyin hayat karşısında konumlanması, temsil ettiği görüş ve grubun özellikleri, beklentileri, bilişsel işleyişi gibi farklı etmenler tarafından örülmüş bir ağ içerisinde gerçekleşmektedir (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 9). Bu etmenler, alıcının hangi mesajı ne ölçüde ve nasıl algılayacağını belirlemektedir. Algının oluşumu birçok unsurla harekete geçmektedir. Kişilerin sahip oldukları değer yargıları, amaç ve hedefleri, ihtiyaçları, bulundukları kültürel ortam, eğitimi, hisleri, tecrübe ve deneyimleri, hatta biyolojik ve fizyolojik özellikleri gibi birçok etmen tarafından etkilenen algılama; duyularımızla gerçekte algıladığımız nesneler kadar hafıza, söylenti ve fantezilerin de ürünüdür (Özer, 2012, s. 151-154). Bu nedenle, aynı olay ve durumlara yönelik oluşan algılar, kişiden kişiye veya toplumdaki topluma farklılık göstermektedir. İnsanların hayata karşı olan bakış açılarını, davranışlarını ve tutumlarını etkileyen inançları, korkuları,



ihtiyaçları ve arzuları da yine bireylerin kültür, eğitim, sosyo-ekonomik durumları belirlemektedir. Bunlarla birlikte, bireylerin algıladığı nesnenin sahip olduğu özellikler, karşı tarafın bir kişi, nesne ya da olay olması ve algılama sürecinin gerçekleştiği fiziksel ortam, sosyal çevre ve örgütsel çevre unsurları da algı sürecine etki etmektedir (Bakan & Kefe, 2012, s. 23-24). Kimi psikoloji çalışmalarında, algı oluşum sürecinde insanların genetik yapılarının dahi etkili olduğu ifade edilmektedir.

Algı oluşturma hem alıcı hem de göndericiyi kapsayan bir süreçtir. Algılama sürecinde yalnızca alıcının mesajı nasıl ve neye göre aldığı kadar önemli olan bir diğer nokta ise göndericinin mesajıdır. Kaynak, göndereceği mesajı oluştururken, kendisine ulaşan bilgileri kullanmakta ve bu bilgileri kendi amaç, değer yargısı ve anlayışı çerçevesinde belirli kodlara çevirmekte ve dolayısıyla bir çeşit filtre uygulamaktadır (Özer, 2012, s. 154-155). Yani hedef kitleye/kişiye ulaşan mesaj, başka bir algılama sürecinden geçerek oluşmuş yeni bir algının ürünüdür. Gönderenin algısıyla şekillenen mesaja, alıcıya ulaştığında yeniden yorumlanmasının sonucu olarak farklı bir anlam yüklenmekte veya kaynağın amaçladığı mesajı algılamaktadır. Kısaca, mesaj kaynaktan geldiği şekliyle hedefe ulaşmamaktadır. Alıcının filtrelerinden de geçen mesaj, karmaşık bir algılama sürecinden ve birden fazla süzgeçten geçerek oluşmakta ve böylelikle yeniden inşa edilmektedir.

Bireyler, etrafında gelişenler aracılığıyla veri toplamakta, ardından beyinde bu verileri işleme süreci başlayarak kendi gerçekliğini oluşturmaktadır. Gerçekliğini oluştururken ise kendi bilgi ve tecrübeleri etkisiyle, akıl ve duygusal olarak da yorumlamaktadır. Ancak bu süreç her zaman aynı olmayabilir, kişinin kendince gerçek olarak nitelendirdiği, zamanla yaşadıkları ve bakış açısının değişmesiyle farklılaşabilmektedir. Özetle; algılar ve kişiye ifade ettiği anlamlar zaman içinde değişebilir, gelişebilir ve yeniden biçimlendirilebilir. Algılama

başlangıcı ve sonu olan bir işlem değil, sürekli devam eden düşünme ve değerlendirme sürecidir. Algı sürecinin sürekli devam etmesi, oluşan farklı algılar sebebiyle kişinin fikir, kanaat ve bakış açılarının değişmesinde de bir etkidir. Böylece karşılıklı bir etki ve değişim süreci karşımıza çıkmaktadır. Yani; yalnızca algı süreci etkilenmez, bu süreç de bireyde birçok etki yaratmaktadır. İnsanlar bilgiyi, inanç, duygu, deneyim ve bağlamlar ağı içinde işleyip saklamakta; bu nedenle karmaşık bilgi işleme süreci ve mesajın nasıl alınacağı düşünülmezse ne söylendiğinin önemi kalmamaktadır (Stupak, 2000, s. 253).

Stupak (2000, s. 253) algıyı deneyimsel ve entelektüel (zihinsel) olarak ikiye ayırır: Deneyimsel algı; kinestetik kökenli olup, görme, işitme, tat, koku ve dokunma gibi duyularla gelişirken; entelektüel algı daha zor olup, bir konu hakkındaki düşünceler aracılığıyla algılananlardır ve her alıcının kendi algısal çerçevesi vardır. Entelektüel (zihinsel) algılamamanın sağlanması için karşı tarafın da algılama konusundaki sınır ve güçlüklerin bilinerek mesajların verilmesi gerekmektedir. Cialdini'ye (1984) göre, bu algısal değişimi gerçekleştirme süreci ise hem rasyonel hem de duygusal bileşenlere sahip olmakla beraber, gerçek içerik kadar ipuçları ve sembollere de bağlıdır (aktaran Stupak, 2000, s. 253).

Algısal seçimleri etkileyen iki ana faktörden bahsetmek mümkündür: Dışsal (fiziksel) ve İçsel faktörler bireyin dolayısıyla toplumun seçimlerindeki etkenlerdir:

- Uyaranların yoğunluğu veya büyüklüğü,
- Tekrar,
- Yenilik ve benzerlik,
- Kontrastlık,

Hareket gibi unsurlar algılamayı etkileyen dışsal faktörlerdir (Arıkboğa, t.y., s. 33-34).

Bireyin çevresindeki, şahit olduğu olay ve durumlarda karşılaştığı uyaranlar yalnızca fiziksel değildir. Algısının oluşmasında, değişmesinde ve son biçimini almasında belli başlı içsel unsurlar ise;

- Kişilik,
- Geçmiş deneyimler ve öğrenme,

İhtiyaçlar ve motivasyondur (Arıkboğa, t.y., s. 35).

Temel olarak bu şekilde olmasına yukarıda bahsedildiği üzere din, eğitim, uzmanlık alanı, sosyo ekonomik durum vs. gibi önemli alt başlıklara da ayrılabilir.

Bireylerin çevresinde çok fazla uyarandan bahsetmek mümkündür. Hem rasyonel hem de duygusal anlamda bütün uyarıların farkına varılarak, yorumlanması ve algı oluşturulması mümkün değildir. Bu sebeple; bireyler, çevreden aldığı uyarıları değerlendirerek çevresine anlam verir ve bazı uyaranları benzerliklerine göre gruplandırarak kestirmeler yapabilir (Arıkboğa, t.y., s. 38):

- Seçilmiş Algılama: İnsanlar başkaları hakkında kararlar verebilmek için seçilmiş unsurlar üzerinden hareket ederek, hızlıca okurlar;
- Halo Etkisi (Tanıma Hatası): Bireyin, zeka, sosyal olma vb. etkilenen tek bir özelliğine göre algılanmasıdır;
- Klişeleşmiş Algılama (Stereotipleme): Kalıplaşmış algılar sosyal algılamayı etkileyen önemli bir unsurdur.

### 1.1.2. Tutum ve Davranışların Oluşması

Bireyleri gruplardan ve sosyal çevreden ayrı tutmak mümkün değildir. Bireyin algı oluşturmada kişisel özellikler kadar toplumun ve içinde bulunduğu grupların dinamikleri de etkilidir. Hatta çoğu zaman bu grupların etkisi, bireysel unsurlardan daha fazla öne çıkmaktadır. Bireyin sosyal çevresiyle olan ilişkisi oldukça önemlidir ki bu sebeple, sosyal

psikoloji çalışmaları insan davranışını açıklamada değerli bir yer tutmaktadır.

Toplumlar, nesiller boyunca birçok gelenek ve görenekleri yaşatarak bazı norm ve yargıları üretmektedirler. Her toplumun, grubun, topluluğun kendine özgü kültüründen bahsetmek mümkündür. Bu toplulukların, toplumun içinde yaşayarak gelişen birey ise bu değer yargılarının baskısı altında bakış açısını, tutum ve davranışlarını şekillendirmektedir. İnsanlar genel olarak bireysel olarak hareket etmek yerine, toplumdaki dışlanmamak ve kabul görmek adına toplumun/grubun bir üyesi olarak eylemde bulunmakta, buna göre bakış açılarını geliştirmektedir. Grup normları, toplumun milli değerlerinin ve çeşitli kültür unsurlarının büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bu gruplar içindeki bakış açısı, fikir, tutum ve davranış tiplerinin aynı veya benzer olması, bu grupta yer alan kişilerin normları kabul ederek kendisine kimlik oluşturduğunu göstermektedir. Bu nedenle, bireyler grup dışında, tek başlarına iken kendilerini farklı ifade ederken, grup içinde veya toplumda farklı davranabilmektedirler. Gruplarda veya toplumlarda en önemli unsur tutarlılıktır. İnsan varoluşu gereği tutarlı bir hayat tercih ederek hayatta kalma şansını yükseltmekte ve güven ortamını korumaktadır. Yalnız kalmaktan korunma güdüsüyle, içinde yaşadıkları çevreye ters düşmekten korkma eğilimindedirler (Özerkan & Inceoğlu, 1997, s. 9).

Toplum veya grupların, bireylerin algılama sürecini etkilediği ve algısını yönlendirdiği oldukça açık bir durumdur. Bireyler, çoğunlukla, çevrelerinden aldıkları mesajları yaşadıkları grubun değer yargıları ve normlarıyla uyumluysa dikkate almakta, bunları seçerek algılama sürecini başlatmaktadırlar. İçinde bulundukları grup dinamikleri, hangi mesajı, ne kadar ve nasıl algılayacaklarına dair ipuçları vermekte olup, bunlarla uyumlu mesajlara yönelik algı oluşturmaktadır. Eğer, kaynak tarafından gönderilen mesajlar grup yargılarıyla uyum sağlamıyor ise alıcılar, bu mesajları

fark etmez veya reddederler. Bu nedenle ya olumsuz bir algı oluşturmakta ya da mesajı ikna sürecini engelleyerek başarısız bir hale getirmektedir. Grupların, tutum ve davranış değiştirme etkileri oldukça güçlüdür. Ancak, her zaman süreç böyle işlemeyebilir, grup normlarından hoşnut olmayan veya bunları kabul etmeyen bireyler, ait oldukları gruptan daha farklı algı, tutum ve davranış kalıbı da oluşturabilmektedir. Burada, grup içindeki bu bireyin, eğitim, kültür, yaş, cinsiyet, tecrübe ve geçmiş yaşantısı oldukça önemlidir. Bu konuyla ilgili en belirgin ve anlaşılır çalışmalar oy kullanma davranışı üzerine verilmektedir. Çünkü; mesajın iletilmesi, algılama sürecinin başlaması, tutum ve davranışların oluşması gibi tüm süreçte hem birey hem de grup davranışı incelenebilmektedir. Buna göre; Lazarsfeld ve arkadaşlarının grup dinamiğinin siyasal davranışlara etkisi çalışmaları 1940’larda başlamış; *The People Choice* adlı araştırmada “oy kullanma olgusunun” temelde bir grup geleneği olduğundan ve birlikte yaşayan, çalışan, aynı beğeni düzeylerine sahip kişilerin, aynı adaya oy verme olasılığının yüksek olduğu saptanmıştır (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 5).

Burada Elisabeth Noelle-Neumann’ın Suskunluk Sarmalı (Sessizlik Spirali)’ndan bahsetmek yerinde olacaktır. Bireyler; ait oldukları grup veya toplulukların, genel geçer olarak kabul ettiği fikir ve değerleri benimsememiş ya da kabul etmemiş ise topluluktan dışlanma korkusu nedeniyle kendi düşünce ve görüşlerini paylaşmaktan kaçınmaktadırlar. Yalnızca kendi fikirlerine uygun olan sesler yüksek ise kendini açıklamaktadır (Noelle-Neumann, 1974, s. 44). Ancak bazı kişiler azınlıkta kalacağını bilmesine rağmen fikirlerini açıklamaktan geri durmazlar. Fakat toplumun geneline ve yapısına bakıldığında, bu kısım oldukça azdır. Kitle iletişim araçları belirli bir dönem bazı konular hakkında sık sık haber yaparak, toplumun bu yönde kamuoyu oluşturmalarını sağlamaktadır. Aslında burada iki yönlü bir durumdan bahsedilebilir. Medya organları, ticari kaygılarla genellikle kamuoyu görüşlerine, benimsenmiş

değerlere ters düşecek veya tepki çekecek haberler yapmaktan kaçınmaktadır. Kamuoyu ve medyanın birbirini beslediğini söylemek mümkündür. Bu nedenle, toplumda benimsenmiş görüşler kitle iletişim araçları tarafından pekiştirilmekte ve çoğunluğun sesi daha fazla duyulmaktadır. Toplumdan izole edilme korkusu yaşayan birey de bu mesajları kabul ederek, kendi fikirlerini açıklamaktan kaçınmaktadır. Böylece, bireyde farklı bir algı süreci oluşturacak uyaranların, yani fikirlerin ortaya çıkması oldukça zor bir hal alacaktır. Birey istemsizce toplumla, ait olduğu grupla uyumlu algı oluşturacaktır. Ancak bahsedildiği gibi istisnalar elbette olabilmektedir. Özetle kamuoyunda dile getirilmeyen, onaylanmayan veya görmezden gelinen görüşlerin kabul edilen baskın görüşlerin karşısında dile getirilmesi, savunulması az rastlanılan bir durumdur. Birey, yaşadığı toplumdaki davranış ve tutumları analiz ederek, kendi algısını da bu yönde oluşturma eğilimindedir.

İnsanlar, eğitim, tecrübe, kültür, din ve yaşadığı çevrenin özellikleriyle kendine kimlik yaratmaktadır. Bunların yanı sıra insanı insan yapan bir diğer unsur ise bireyin yaşam ve çevre hakkındaki tutumlarıdır. Tutum, bireyin belli bir konu üzerinde sistemli olarak geliştirdiği, çoğu zaman da onu diğer davranışlarıyla uyumlu ve belli yönde düşünce ve davranışa eğilimli kılma hali olarak tanımlanırken; tutumlar güçlü güdüler olmakla birlikte, çeşitli içsel ve dışsal etkilerle değişseler de insan özüyle doğrudan ilgili tutumlar, kolayca değişmezler (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 3). Arıkboğa tutumları; bireyin kendine veya çevresindeki herhangi bir toplumsal konu, obje ya da olaya karşı deneyim, motivasyon ve bilgilerine dayanarak örgütlediği bilişsel, duyuşsal ve davranışsal bir tepki ön eğilimi olarak tanımlamaktadır (t.y., s. 50).

Bireylerin topluma uyumunu sağlayan tutumlar, aynı zamanda davranışlar üzerinde etkilidir ve eylemlerini yönlendirmektedir. Tutumların birey için şiddeti aynı değildir.

Yani bazı tutumlar daha güçlüdür, değişmez; bazıları ise daha az güçlüdür, yumuşatılabilir veya değiştirilebilir. Algı üzerinde tutumların önemli etkisi vardır. Özellikle güçlü tutumlar, bireyin algısı üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir ve algıyı yönlendirmektedir. Bazı çalışmalarda algı oluştuktan sonra tutum oluştuğuna dair ifadeler yer alsa da bu sürecin iki yönlü ve karşılıklı olduğu söylenebilir. Daha az güçlü olan tutumlar, bireyin çevresinden aldığı bilgiler ışığında oluşturduğu algıdan etkilenmektedir. Tutum, bir olay veya durum karşısında değerlendirme ve davranış oluşturma eğilimidir. Bu değerlendirme pozitif, negatif veya nötr olabilmektedir. Değerlendirme sonucunda ise birey, ne yönde bir davranış oluşturacağını belirlemektedir. Tutumların önemi ve tutumlar üzerinde güce sahip olma arzusunun nedeni ise; bireylerin davranışlarında en büyük etkinin kaynağı olmasıdır. Bu sebeple tutumların kontrol altına alınması ya da etkilenmesiyle ortaya çıkabilecek davranış kalıbı da yönlendirilmektedir. Davranışların önceden tahmin edilmesine de imkan veren tutumlar ise bireyin algısıyla yakından ilgilidir.

Algılama sürecinin son aşaması ise davranışın ortaya çıkmasıdır. Kaynağın mesajı iletmesi, alıcının mesajı değerlendirip, yorumlayarak algı oluşturmaları, karşılıklı olarak birbirini etkilese de tutumların oluşması gibi bilişsel ve duygusal bileşenlerin ardından davranış ya da eylem oluşmaktadır. Davranış, algılama sürecinde kendisine iletilen mesaja, ileten kaynağa karşı oluşturulan bir tepki olarak nitelendirilebilir. Belli bir toplumda veya grupta kalıplaşmış tutum ve davranış kalıplarından bahsetmek mümkündür. Birey kendisini toplulukla ilişkilendirmek ve hayatını sürdürmek için bunları dikkate alarak kendi tutumlarını ardından da davranışlarını şekillendirmektedir. Toplumun onayladığı davranışları gösterme eğiliminde iken; onaylanmayan davranışları sergilemekte çekimser kalmaktadır. Burada davranış olarak kastedilen ise yalnızca günlük hayatta ortaya çıkan eylemler

değildir. Toplumların geleceğini belirleyen oy verme, seçme, toplumsal olaylara verilen tepki, politik kararları destekleme gibi birçok örnek verilebilir. Ancak bireysel davranışlar toplumsal davranışlara evrildiğinde çok daha önemlidir. Toplumsal davranışların kontrol edilmesi ve yönlendirilmesi çıkar sahipleri için büyük değer taşımaktadır. Toplumun fikirleri ve davranışları üzerinde etki sahibi olmak, denetimi güçlendirmekte ve gelecek davranışları da şekillendirmektedir.

Özetle; algılama süreci uyaranların alınması ile başlamakta ve son aşama olarak da davranış oluşmaktadır. İlk aşamada, birey çevresindeki uyaranları alır; ikinci aşamada duyu organları aracılığıyla alınan uyaranları işler, düzenler ve bir anlam ifade edecek hale getirir; uyaranlar algılayanın bireysel özellikleri ile dışsal faktörlerden etkilenir ve son aşamada ise seçim, düzenleme ve değerlendirmeden sonra tepki oluşturulur; bu tepkiler uyarana karşı tutum, hisler ve düşünceler şeklinde ortaya çıkar (Arıkboğa, t.y., s. 31). Ancak davranışları şekillendirmek, özellikle güçlü tutumlar aracılığıyla oluşmuş davranış kalıplarını değiştirmek oldukça zordur. Bu sebeple, sonucunda davranışın ortaya çıktığı süreci en başından yönlendirerek kontrol altına almak hem daha kolay hem de daha kalıcı olabilecektir. Bunun yanı sıra, davranış değişikliğine doğrudan müdahale etmek için güç kullanımının gerekeceğini söylemek mümkündür. Bu durumda hem kalıcı olmaz hem de karşı tarafın tepkisi de ölçülemez ve süreç başarısız olabilecektir. Algı oluşturma aşamasında dahil olunması ise hem etkili hem de sert güç gerektirmeyecektir. Bu nedenle, çıkar grupları ve güç sahipleri algı yönetimine başvurumaktadırlar.

## **1.2. Algı Yönetimi Kavramına Genel Bir Bakış**

Algı yönetimi; hedef kitlenin bir konu, nesne, olay hakkında fikirlerini yönlendirmek amacıyla gerçekleştirilen ikna sürecidir. Johansson ve Xiong'a göre algı yönetimi; daha fazla içerik, daha yüksek fayda ve daha düşük belirsizlikle bilgi



elde etmek için dış dünyadan veri alımını kontrol etmeye ve geliştirmeye atıfta bulunan uygun bir kavramdır (Johansson & Xiong, 2003, s. 232). Bu kavram ilk olarak ABD Savunma Bakanlığı tarafından kullanılmış, kavramsallaştırılmıştır. Buna göre algı yönetimi; kitlelerin duygu, güdü, düşünceleriyle birlikte tüm seviyedeki istihbarat sistemleri ve liderlerini etkilemek için izleyicilere seçilmiş bilgi ve göstergeleri ileterek ve/veya red ederek, kaynağın hedeflediklerine uygun sonuçları ortaya çıkarmak için yapılan eylemler olup; gerçeği yansıtmama, güvenlik operasyonları, saklama- gizleme, aldatma ve psikolojik operasyonları birleştirmektedir (Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, 2001, s. 403). ABD’de alınan politik kararların hem ülke içinde hem de dünya kamuoyunda onaylanıp, benimsenmesi için kullanılan bu tekniğin temel amacı hedeflenen tutum ve davranışların, hedef kitlenin “kendi rızası”yla sergilemesi için ikna edilmesidir. Saydam ise algılama yönetimini kitlelerin hislerini, güdülenmelerini ve düşünce sistemlerini etki altına alabilmek için yürütülen faaliyetler olarak tanımlamaktadır (2012, s. 79). Algı yönetimi faaliyetleri hem ülke içinde hem de ülke dışındaki hedef kitlelere yönelik olmakla birlikte, küresel boyutlarda da uygulanan politikaların tamamını kapsamaktadır. Siegel’e göre algı yönetiminin üç temel hedefi vardır (2005, s. 118):

- Meşruiyet kazanmak ve muhafaza etmek için yurtiçi ve yurtdışında kamuoyu oluşturmak,
- Muhalefet veya düşmanlarına gerçekleştirecekleri eylemler sonucunda nasıl tepkiler göreceklarine inandırmak,
- Hedef kitlenin davranış ve tutumlarını istenilen doğrultuda etkilemektir.

Algı yönetimi, öncelikli olarak uluslararası siyasi ortamla ilgilenmektedir (Callamari & Reveron, 2003, s. 1-2). Kitleler üzerinde güç ve etki sahibi olmak isteyen millet,

devlet, hükümet, siyasal partiler, kurum ve kuruluşlar hatta bireyler tutum ve davranışların gelişmesinde etkili olan algılama sürecine müdahale ederek hedef kitlelerin algısını yönlendirmektedir. Algı yönetimi sırasında bireylere/kitlelere ne düşünmesi gerektiği açıkça belirtilmezken; hedefin ne yönde ve nasıl düşünceğine dair ipuçları verilerek, amaçlanan düşünceyi ve davranışı oluşturması için algı sürecine bazı mesajların iletilmesiyle ikna faaliyetleri yürütülmektedir. Başarılı bir algı yönetiminde hedef, bu faaliyetlerin farkına varmadan etki sürecine girmekte ve algılama sürecinin sonucunda kendi gerçeğini oluşturmaktadır. Kendi gerçeğini oluşturan alıcı, aslında kendisine iletilen ve algı yönetiminin bir parçası olan uyaranlarla yönlendirilmiş, müdahale edilmiş yapay bir gerçeklik üretmektedir. Algıların yönetilmesiyle oluşan bu gerçeklik, gerçeğin kendisinden daha önemli bir hale gelerek istenilen tutum ve davranışların oluşmasına yol açmaktadır.

Algı yönetiminin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir. Günlük hayatta bir kişi, grup veya kitleyi belli bir konuda yönlendirmek için bir ikna süreci gerekmektedir. Elbette günümüzdeki algı yönetimi teknikleri ve amaçları geçmişten günümüze değişip gelişmiş olup, çıkış noktası olarak farklı şekillerde adlandırılrsa da özünde ikna etme ve manipülasyon vardır. Günümüzdeki gibi sistematik bir şekil almadan önce, hedef kitlenin amaca yönelik eylemlerde bulunması için sert güce başvurulmakta ve şiddet gösterme, korkutma, sindirme gibi yöntemler kullanılmaktaydı. Ancak sert güçle bu etki kısa süreli ve geçici olup, aynı zamanda topluluğun fikirleri ve algısı değişmediği için uzun vadede kalıcı bir çözüm potansiyeli oldukça düşük bir ihtimaldir. Ancak algı yönetimiyle hem sert güce gerek kalmadan yumuşak güç unsurları ve araçlarıyla müdahale edilirken, “kalplere ve zihinlere” girilerek kalıcı düşünce ve eylemlerin oluşması sağlanmaktadır. Sun Tzu, düşmana savaşmadan boyun eğdirmenin, savaşta yüz galibiyet kazandırmaktan daha önemli olduğunu söylemiştir (2021, s. 19).

Algı yönetimi faaliyetleri ABD’de, 1950’lerin başında Haber ve Enformasyon Örgütü ve CIA bünyesinde birleştirilmeye çalışılmış; New York Times’a göre, bu tarihlerde faaliyet gösteren uzman sayısının 800’ü geçtiği belirtilmiştir (Özer, 2012, s. 165). Algı yönetimi faaliyetleri 1980’li yıllarda artmaya başlamış, 1980’lerin ortalarında ise dönemin CIA Başkanı bu konuda yeni bir konsept geliştirerek, kamu diplomasisi araç ve unsurlarını yeniden organize etmiş ve örgütlü bir hale getirmiştir. ABD Ulusal Güvenlik Konseyi Politika Grubu, Kamu Diplomasisi Ofisi ve ABD Savunma Bakanlığı ile hareket ederek, Washington’ın politikaları ve mesajlarıyla hareket eden kurumlar aracılığıyla ABD’nin stratejik algı yönetimi faaliyetleri koordine edilmiş ve bu konuda öncü sayılabilecek başarılar elde edilmiştir. ABD’nin algı yönetimi faaliyetleri ile özellikle (günümüzde de aynı şekildedir) Ortadoğu, Orta Amerika ve komünizm üzerine yoğunlaşarak hem dünya kamuoyunda hem de kendi ülkesindeki kamu vicdanında kabul görmek için tedbirler almış, yüksek bütçeli politikalar uygulamış ve uygulamaktadır.

Bazı toplumlar algı yönetimi yoluyla manipülasyona diğerlerinden daha duyarlıdır. Stratejik askeri aldatmanın aksine, algı yönetimi daha sistemlidir ve hedefin, algı yöneticisinin lehine olan değişim; daha uzun sürede ortaya çıkarken; yanlış bir durumu göstererek veya kaynağın amacını destekleyecek bir hedef yaratarak, karar vermesini etkileme girişi yoluyla hedefin algısının manipülasyonunu içermektedir (Callamari & Reveron, 2003, s. 2). Algı yönetimi kullanılan yöntem, mesaj ve en önemlisi uygulayan kaynağa göre olumlu veya olumsuz olarak nitelendirilmektedir. Kimi zaman manipülatif teknikler uygulayarak çıkar için “kandırmak” olarak kimi zaman ise belli bir düşüncenin oluşabilmesi için gerekli bir disiplin olarak görülmektedir. Genellikle devlet, hükümet, kurum ve kuruluşların faaliyetleri olumsuz yorumlanırken; pazarlama ve satış firmalarının ürün, hizmetler için uyguladıkları ise normalleşmiştir. Devletler

açısından bakıldığında sert güç yerine kullanılan bu yumuşak güç; diğer devletlerin üzerinde etki kurma, uluslararası alanda bir imaj oluşturma ve ülke çıkarlarına yönelik hedef ülke halklarını yönlendirme yoluyla algı yönetimi uygulanmaktadır (Tunç & Atılgan, 2017, s. 229). Her ülke kendi çıkarlarını yerel ve küresel çapta korumak amacıyla algı yönetimine başvurmaktadır. Politikalarını uygulamak, destek görmek ve kamuoyu oluşturmak hem iç hem dış çevrede istikrarın sağlanması için oldukça önemlidir.

Soğuk Savaş'ın sona ermesinden bu yana geleneksel savaş, saldırı, savunma gibi askeri güce dayalı alanlar, yeni teknolojilerin ve yeni uluslararası ilişkiler anlayışının gelişmesiyle bilginin ve kamuoyunun rolüyle değişmiştir. Algı yönetimi, özellikle iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ve küreselleşmenin hızlanmasıyla önem kazanmış, birçok disiplin ve bilim dallarıyla beraber anılan multidisipliner yöntem haline gelmiştir. Psikolojik operasyonlar, halkla ilişkiler, kamu diplomasisi ve propaganda faaliyetlerine ihtiyaç duyarken, tüm bunların tamamını kapsayan bir süreçtir. Stupak'a göre algı yönetimi; hayalleri, proaktif gerçekliklere dönüştüren stratejik bir tasarımdır (2000, s. 251). 20. yüzyılda daha çok psikolojik hareket, toplum mühendisliği ya da propaganda gibi ikna yöntemleri olarak uygulanmış olmasına rağmen, günümüzde hem olumsuz çağrışımlara neden olmaması hem de bu yöntemler altında uygulanan politikaların sonuçlarını hatırlatarak tepki çekmemesi adına kavramda değişiklik gerekli görülmüştür. Uygulanma amacı aynı olan yumuşak güç, kamu diplomasisi, akıllı güç gibi kavramları da içeren algı yönetimi, doğrudan algılara müdahale etmesi sebebiyle daha az dikkat çeken bir strateji olarak 21. yüzyılın en önemli "rıza mühendisliği" faaliyetlerini içermektedir. Algı yönetimi açısından önem arz eden ve algı sürecini etkileyen faktörler ise üç temel başlıkta toplanabilir (Türk, 2014, s. 19):

1. Algılayan bireyin özellikleri (bireyin kişiliği, kişisel özellikleri, geçmişte yaşamış olduğu tecrübeleri),

2. Algılanan nesnenin özellikleri (kişi, eşya, olay, canlı ve cansız varlıklar),
3. Algılama ortamı (algılama sürecinin yaşandığı fiziksel, sosyal ve örgütsel çevre koşulları).

Başarılı bir algı yönetimi için amaç belirlendikten sonra hedefe yönelik detaylı bir araştırma ve analizle mevcut algı tespit edilmekte ve ardından hedef kitlenin eğitim, kültür ve sosyo- ekonomik özellikleri doğrultusunda simge ve mesajlar üretilmektedir. Etkileme amacı taşıyan bu mesajların kalitesi, tutarlılığı, anlaşılabilirliği karşı tarafın algısını istenilen tarafa çevirmek açısından önemlidir (Bakan & Kefe, 2012, s. 24). Bu sırada en önemli nokta, hedef kitlenin bu sürecin içerisinde yer aldığının farkına varmaması, kendi rızasıyla ve isteğiyle algı oluşturduğuna ve yarattığı gerçekliğine inanmasıdır. Oluşturduğu algı sonucunda kanaat, tutum ve eylemleri geliştirmesinin yanı sıra çevresine de bunu aktarması ve ikna edici olması başarılı bir algı yönetiminin hedefleri arasındadır. Başarılı bir algı yönetimi, deney veya sayılarla ölçülebilecek, kesin sonuçlara varılabilecek açık ve netliğe sahip değildir. Bunun nedeni ise insan psikolojisine, sosyal psikolojiye hitap etmesidir. Algıların yönünü, derecesini ölçmek için kullanılan bilimsel bir teknikten bahsedilemez; yalnızca toplumun kamu vicdanında kabul görmek ve geniş kitlelerin desteği ile katılımının sağlanması algı yönetiminin başarılı olduğunu göstermektedir. Bu da ancak iyi düşünülmüş, sistematik, sürükleyici ve takım odaklı bir algı yönetimi yaklaşımıyla gerçekleştirilebilmektedir (Stupak, 2000, s. 258).

- Algı yönetiminde öncelikle amaçlanan sonuç belirlenmeli, ardından bu sonuca ulaşmak ve hedefi gerçekleştirmek için en büyük desteği sağlayacak hedef kitle saptanmalıdır.
- Algı yönetiminin uygulanacağı kitlelerin kültürel, dini, sosyal, eğitim ve ekonomik eğilimleri analiz edilir. Buna göre kitlelerin hassas ve zayıflıkları ile güçlü yönleri belirlenir.

- Temel hak ve hürriyetler, demokratik süreç ve bunların sembollerine yönelik düşünce ve tutumlar tespit edilir.
- Toplumsal değerlere saygı göstermek ve özenli davranmak, o toplumda yaşayanlar için önemlidir. Kitlenin sempatisini kazanmak ve dikkatini çekmek için gereklidir.
- Tüm bu süreçte muhtemel risk ve tepkiler de hesaplanmalıdır. Bunlara bağlı olarak, alternatif yöntemler üretilmelidir.
- Kitlelerin korkuları ve duygusal yönleri de saptanmalıdır. Örneğin; terörün, toplum üzerinde oluşturduğu psikolojik etki, kamunun etki altına alınmasını kolaylaştırır. Tehdit, güvenlik, korku ve güvensizlik hissi algı yönetimi politikalarında önemlidir.

Stupak da sistematik araç, sembolik ipuçları, kişisel stiller ve etkileşimli yaklaşımlar kullanarak, çıkar gruplarının algılarının kesin ve güçlü şekilde nasıl etkileneceğini belirlemek amacıyla etkili algı yönetimini sağlamak için bazı adımlardan bahsetmiştir:

- Kişi, kurum, olay ve durumları diğerlerinden ayıran, farklılaştıran, benzeri olmayan özellikler belirlemek,
- Amaçlananlarla beraber hem iç hem dış kurum, aktör, çıkar grupları için duygusal çekiciliğe sahip olan, hedefe yönelik ve odaklanmış mesajlar vermek,
- Diyalog ve iletişimi artırmak,
- Temel iletişim teknolojilerini kullanarak akıl ve kalplere girmek,
- Mevcut algının ne olduğunu tanımlamak, gerçekliğe odaklanmak, anahtar grupları hedefe almak, istenilen davranışları ve ölçülebilir sonuçlar ortaya çıkarmak,

- Mesajın her zaman rasyonel içeriği ve algılanan/algılanacak anlamını göz önünde bulundurulmalıdır. Mesajı alacak kişiler kim, neyi önemser, mesajı gönderen ve kurumu hakkında ne hissediyorlar soruları sorulmalı,

İletişimdeki çeşitlilik ve trendlerin, mesajları ve algıları etkili bir şekilde yönetmede etkileri düşünülmelidir (Stupak, 2000, s. 256-257).

Özünde; ülkeler kültürünü, boyutunu, misyonunu, vizyonunu ve yetki yapısını tamamlayan bir algı yönetimi yaklaşımı geliştirmelidir (Stupak, 2000, s. 258). Algı yönetiminde tüm hedef kitleye aynı şekilde hitap edilmemelidir. Çünkü her grubun, topluluğun farklı değerleri ve kültürü vardır; bunun sonucunda da etkiye farklı tepkiler vermektedirler. Bu durum önceden hesaplanarak planlamalar yapılmalıdır. Algı yönetiminin sonucunda, bir yargıya varmak için geri bildirim mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir. Geri bildirim ile algı yönetiminin kaynağı ya da gönderici stratejisinde eksik veya hatalı noktaları tespit ederek, sürecin daha doğru işlemesi için düzenlemeler yapılabilir. Callamari ve Reveron, gönderici için dört adım ileri sürmüştür: 1. Hedefin dikkatini çekmek; 2. Hedefin dikkatini çekmek için bilgiler sunmak; 3. Hedefin hafızasını canlı tutmak için bilgiyi tasvir etmek ve 4. Uyumlu kalmak ve ikna sürecinin hedef tarafından keşfedilmesini önlemek için bilgiyi tekrar tekrar iletme (2003, s. 3). Ancak bu sürecin en önemli noktalarından biri ise bilgileri zamanında ve gerektiği kadar vermektir. Çünkü günümüzde algıları şekillendirecek çok sayıda kaynak vardır. Bunları stratejik durum ve zamanlarda doğru kullanmak oldukça önemlidir.

Algı yönetiminde iki temel unsur vardır: Bunlardan birincisi aldatma ve kandırma ile ikna etmek; ikincisi ise doğrulama projeksiyonu, yani kesin ve doğru bilgilerin karşısında muhalif ve yanlış fikirlerin bilinçli olarak yayılması.

Algı yönetimi yalnızca negatif unsurlarla yapılmaz, pozitif bir yaklaşımla da algı yaratılabilmektedir. Böylece dikkat çekmeden ikna süreci gerçekleşebilir. Bir milletin, ülkenin kültürüne saygı göstermek, değerleriyle uyumlanmak ve hedef kitlenin lehine söylemler üretmek buna örnek verilebilir. ABD'nin Irak işgalinde hedeflerinden en önemlisinin ülkeye demokrasi götürmek olduğunu belirtmesi buna örnek gösterilebilir.

### 1.3. Küresel Algı Yönetimi

Ülkelerin ekonomik, kültürel ve siyasal politikaların, başka ülkelerin milletlerine aktarılması küresel algı yönetiminin genel çerçevesidir. Ülkeler başka ülke milletlerini “ikna ederek”, kültürel ve siyasal politikalarını tanıtmakta, anlatmakta ve sonucunda çıkar ve arzularına paralel düşünüş, tutum ve düşünüş şekli oluşturmaktadır.

Küresel algı yönetiminin amaçlarından bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz (Gönenc, 2018, s. 29):

- Devletlerin bölgesel büyük bir güç olabilmesi, iktidarların ve siyasilerin istenilene göre oluşturulması,
- Büyük hedef kitlelerini ikna ederek etki altına alabilmek,
- Çeşitli stratejiler ile toplum mühendisliği, propaganda ile psikolojik atımları başlatmak,
- Gerçek ve kurgunun birbirine karıştırılması,
- Toplumlara birbirine karşı kıskırtmak gibi amaçlarından bahsedilebilir.

Algı yönetimi, yalnızca bir ülkenin kendi içinde yarattığı bir iletişim süreci olarak görülmemekte; ülkeler küresel bağlamda iktidar ve çıkarlarını koruyabilmek adına uluslararası alanda da birçok strateji ile ideallerini gerçekleştirmek amacını da gütmektedirler. Değişen ekonomik ve ideolojik sistemler ile küreselleşmenin yoğun olarak yaşanması, ülkeler arasındaki ilişkileri de arttırmıştır.



Küresel algı yönetimi faaliyetlerinin esas amacı, iletilen mesajların rıza ve ikna ile kabul ettirilmesi ve içselleştirilmesidir. Bunun sonucunda bireylerde ve toplumlarda tavır ve davranış değişikliği sağlanmaktadır. Böylelikle kendilerine ve ülke çıkarlarına yönelik olumlu bir bakış açısı oluşmakta, ülkelerin imajı güçlenmekte ve varlığı görünür kılınmaktadır. Bu durum ülkenin diğer ülkelerle arasındaki güven ve itibarının yolunu açarak kültürel, siyasi ve ekonomik egemenliğini kurmasına destek olmaktadır. Algı yönetimi faaliyetleri sırasında özellikle siyasal iletişimin ve propagandanın öğeleri kullanılarak ülkeler belirli bir imaj yaratmak ve ilişkileri güçlendirmek adına ikna, propaganda teknikleri ile halkla ilişkiler, reklamcılık yöntemlerini uluslararası boyuta taşımaktadır. Küresel algı yönetimi, uluslararası propaganda ve emperyalizmle yakından ilişkilidir. Uluslararası algı yönetiminde bu iki konu oldukça önemlidir. Birbiriyle oldukça benzeyen ama belirli noktalarda birbirinden ayrılan bu kavramlar günümüz küresel algı yönetimini anlamlandırmada ve neden, nasıl gibi sorulara da yanıtları barındırmaktadır. İnsanlık kadar eski olan bu kavramlar, sürekli olarak değişerek günümüzde farklı biçimlere bürünmüş hatta farklı isimler alarak küresel algı yönetiminde önemli roller üstlenmişlerdir.

### **1.3.1. Uluslararası Hakimiyetin Dinamikleri**

Uluslararası sistemde güç dengeleri, tarihsel süreç boyunca siyasi, ekonomik ve askeri unsurların bir araya gelmesiyle şekillenmiştir. Devletler arası ilişkilerde üstünlük kurma amacı, yalnızca askeri çatışmalarla değil, aynı zamanda ekonomik bağımlılık ve kültürel etkileşim gibi daha dolaylı yöntemlerle de kendini göstermiştir. Bu bağlamda, küresel düzeyde hakimiyet kurma arayışları, devletlerin sınırlarını aşan bir etki alanı oluşturma hedefini beraberinde getirmiştir. Tam da bu noktada, uluslararası hakimiyet arayışlarının doğasını en iyi yansıtan kavramlardan biri emperyalizmdir. Emperyalizm, sadece siyasi veya askeri bir tahakküm aracı

olarak değil, ekonomik sömürü ve ideolojik yayılım gibi çok boyutlu bir olgu olarak da ele alınmaktadır.

Emperyalizm, hegemonya ve gücü koruma üzerine olan bir ilişki çeşidi olup, ulusları çıkar altında birbirine bağlayan bir sistemdir. Başka bir ulus üzerinde etki yaratma ve kontrolün sağlanabileceği bir yoldur. Said, emperyalizmi çok temel bir düzeyde, bir ülkenin mülkiyetinde olmayan, uzak, başkalarının yaşadığı ve sahibi başkaları olan topraklara yerleşmeyi, denetim altına almayı düşünmek şeklinde tanımlamıştır (2016, s. 37). Emperyalizm kavramının tek bir alanda belirli disipline bağlı kalınarak açıklanması veya anlaşılması mümkün değildir. Kavram; ekonomik, siyasal, kültürel boyutlarda açıklanmakta ve ilişkilendirilmektedir. Genellikle, emperyalist hareketler birden fazla boyutu kapsayarak planlanmakta ve uygulanmaktadır. Emperyalizmle ilgili tanımlara bakıldığında hemen hemen hepsinin ortak paydasının genişleme ve kontrolle birlikte güç kazanmak, gücünü göstermek olduğu söylenebilir.

Ulusları, Merkez ve Çevre uluslar olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Ülkelere bakıldığında, Merkez uluslar sayılabilecek kadar az iken, Çevre uluslar ise günümüzde sayılamayacak kadar fazladır. Emperyalizm; topluluklar, özellikle uluslar arasındaki hakimiyet ilişkisi olarak düşünülmekte ve ulusları aşan, Merkez ulustaki merkezin Çevre ulustaki merkezle her ikisinin de ortak çıkarı için kurduğu köprübaşına dayanan karmaşık bir hakimiyet çeşidi iken şiddetle etki altına almak emperyalizm değildir (Galtung, 2004a, s. 26).

Emperyalizm ile ilgili ilk kuramsal çalışmalardan birisi 1913'te yayınlanan *The Accumulation of Capital: A Contribution to an Economic Explanation of Imperialism* (*Die Akkumulation des Kapitals: Ein Beitrag zur Okonomischen Erklärung des Imperialismus*) isimli çalışma ile Rosa Luxemburg'a aittir. Emperyalizmin ekonomik analizinin öncüsü İktisatçı

John Atkinson Hobson *Imperialism: A Study* (1902) adlı çalışmasında emperyalizmi birçok açıdan yorumlamıştır. Hobson, kapitalist üretimin doğal bir sonucu olarak emperyalizmi görmektedir. Ona göre kapitalizmin zorunlu sonucu değildir, sistemin kötü uygulanmasına pratik bir tepki olup; kullanılmayan “sermaye artıkları” emperyalizmin kökenini oluşturmaktadır. Kötü gelir dağılımının ve tekeldi davranış biçimlerinin sonucunda, başka ülkelerde yeni pazar ve yatırım imkanlarının yaratılması ihtiyacının ortaya çıktığını söylemektedir (Magdoff, 2006, s. 54). Hobson, bu emperyalist politikaları geniş açıdan bakıldığında irrasyonel olarak değerlendirse de yeni emperyalizmin bazı kapitalist çıkar grupları için rasyonel ve olduğunu bu nedenle destek gördüğünü de ifade etmektedir. Hobson’a göre, zenginliğin dağılımının iyileştirilmesi, vergilerin doğru kullanılarak ulus içinde tüketimi artırarak pazar arayışına gerek duyulmaması, eğitimde ve ekonomide eşitliğin sağlanarak ilerici bir toplum kurulması, gelirin eşit şekilde bölünerek tüketimin artırılması gibi çözümlerle devletler emperyalizme ihtiyaç duymayacaktır (Kruger, 1955, s. 253).

Marksizim, kapitalizmin dışı vurumu olarak gördüğü emperyalizm çalışmaları içerisinde Vladimir Lenin, *The Highest Stage of Capitalism* (1916) kitabında Hobson’nın kapitalist düzendeki sorunlar giderildiğinde emperyalizm arzusunun da sona ereceği düşüncesinin aksine kapitalist sistemin tamamen yıkılarak, yerine sosyalist düzen getirilmesiyle emperyalizmden kurtulunulacağına inanmaktadır. Lenin, emperyalizmi kapitalizmin tekeldi aşaması olarak nitelendirmekte; bu tekeldi aşamada, tekeldi kapitalist devletlerin kendi aralarında yaşadıkları rekabet, emperyalizmin gelişmesine neden olurken gelişen emperyalizmin de bir döngü içerisinde tekeldi kapitalist düzeni beslediğini, toplumun üzerindeki etkisini artırdığını da vurgulamaktadır (Lenin, 2009).

1919 yılında İktisatçı Joseph Alois Schumpeter ise kapitalizmin emperyalizmi üretemeyeceğini ya da sonucu

olamayacağını, hatta karşı olduğunu belirtmektedir. Schumpeter, emperyalizmin kaynağının ulusların içindeki sosyal sınıflarda aranması gerektiğini ifade ederken kapitalist toplumdaki “sınıf artıkları” fikrini ortaya atmıştır. Buna göre, toplumda işlevini kaybeden, görevini yerine getirdikten sonra ihtiyaç duyulmayan sınıflar, sınıf artıkları olarak -özellikle “askeri sınıf artıkları”ndan bahseder- adlandırılır. Bu sınıf artıkları ise emperyalist güdülerin oluşmasını sağlamaktadır. Schumpeter’e göre; emperyalizm, kapitalizmin aksine irrasyoneldir ve kapitalizm, anti-emperyalisttir. Emperyalizmin, devletin otokratik ve savaşçı geleneklerinden kaynaklanan doğasının bir sonucudur.

Bir başka görüş sunan Hilferding göre, ülke içindeki kar oranlarının zamanla düşme eğilimine girmesi sebebiyle finans kapital kar elde etmek için dışarıya yönelmekte, ülkelerin yatırımlarına dışarıda da devam etmesiyle beraber emperyalizm ortaya çıkmaktadır. Emperyalizm ve kapitalizm ilişkisine karşı çıkan iktisatçı veya düşünürler olsa da geçmişten günümüze uygulanan uluslararası politikalar bakıldığında kapitalizm ve emperyalizm arasında ilişkinin olması yadsınamaz bir gerçeklik halini almıştır. Kapitalist sistem varlığını sürdürmek için kapitalist olmayan ekonomik, siyasal ve toplumsal sistemleri yok ederek kendisine eklemlenmektedir; bunun nedenleri arasında öncelikle hammadde sağlamak, meta ekonomisine pazar oluşturmak yer almakta; ancak özellikle kapitalist sistemin korunması ve kendisine yönelebilecek tehditleri ortadan kaldırması da belirleyici rol oynamaktadır (Bağce, 2003, s. 72). Bugün emperyalizmin artık var olmadığını, ancak post-emperyalist bir imparatorluğun ortaya çıktığı da savunulmaktadır. Günümüzde emperyalizm Lenin, Luxemburg, Bukharin gibi klasik emperyalist teorisyenlerinin yüz yıl önce tanımlandığından farklıdır (Fuchs, 2010, s. 34). Collier’s Encyclopedia’dan aktaran Bağce, emperyalizm tarihini üç büyük döneme ayırmaktadır:

- 16. yüzyıla kadar devam eden ve imparatorlukların genişlemesi ile ilgili olan dönem,
- Coğrafi keşiflerle başlayıp, 19. yüzyıla kadar devam eden emperyalizm- eski emperyalizm,
- Yaklaşık 1880’lerde başlayan ve sömürgelere yeniden büyük ilgi duyulmasına, Asya ve Afrika’nın paylaşılmasına yol açan emperyalizm- yeni emperyalizmdir (2003, s. 64).

Aşağıdaki tabloda ise sömürgeciliğin dönemlere ayrılarak hangi aşamalarda, nasıl varlığını devam ettirdiğine dair bilgiler yer almaktadır:

*Tablo 1: Emperyalizmin Geçmişteki Üç Aşaması (Galtung, 2004b, s. 38).*

| Emperyalizmin Geçmişteki Üç Aşaması |         |                                                                                                   |                      |
|-------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Aşama                               | Dönem   | Şekil                                                                                             | Çağ                  |
| I                                   | Geçmiş  | İşgal, Çevredeki merkez işgali yapan Merkezdeki merkezden oluşur.                                 | Sömürgecilik         |
| II                                  | Bugün   | Kurum, Merkezdeki merkez uluslararası kurumlar vasıtasıyla Çevredeki merkezle iletişime geçer.    | Neo-sömürgecilik     |
| III                                 | Gelecek | İletişim, Merkezdeki merkez Çevredeki merkezle uluslararası iletişim vasıtasıyla iletişime geçer. | Neo-neo-sömürgecilik |

Batı Avrupa’nın 1760’lar ve 1870’ler arasındaki küresel genişlemesi, geçmiş yüzyıllarda yaşanan yayılcılık ve sömürgecilikten çeşitli açılardan farklı gösterirken; Sanayi Devrimi’nin yükselişi ve imparatorluk kurmakta olan uluslar arasında sanayileşmenin sürekli olarak yayılması, sömürge dünyası ile yapılan ticarete ilişkin bir strateji değişikliğini de beraberinde getirmiştir (Magdoff, 2006, s.

27). 19. yüzyılın ortalarında dünya ticareti, sanayi ve finans alanında lider konumda olan, rakiplerini çok geride bırakan Büyük Britanya'ya karşı, 20. yüzyılın sömürge savaşında ise sanayileşmiş yeni ülkeler ortaya çıkmış olup, bu ülkeler de dünyadan kendine pay almak istemişlerdir; böylelikle emperyalizm savaşları ya da daha yumuşak bir ifadeyle emperyalizm yarışları başlamıştır. 19. yüzyıl sonlarında ise emperyal olguların dokunmadığı yaşam kalmamış; ekonomiler ise denizasıri pazar, hammadde ve ucuz emek büyük kar sağlayacak toprakları amaçlarken; savunma ve dış politika ileri gelenleri daha uzak bölgelerin ve himaye altına alınmış halkların yönetilmesiyle görevlendirilmiş (Said, 2016, s. 38); 20. yüzyıla gelindiğinde ise kendi kendine yetebilen ekonomik bölgeler hızla dünya ekonomisi içinde çözülerek, sanayileşmiş ulusların işlenmiş ürün üretip sattığı, dünyanın geri kalanına hammadde ve gıda sağladığı birer ülke haline gelmişlerdi (Magdoff, 2006, s. 52-53). Yine bu yüzyılda, emperyalist ulusların çizgisi tamamen netleşmiş ve ekonomik, politik ve kültürel güçleri ile kontrol mekanizmaları dünyaya yayılmıştır. Eski ve klasik emperyalizm uygulamaları geride kalmaya başlamış, yeni emperyalizm ile etki alanını genişletecek farklı yöntemler ön plana çıkmaya başlamıştır.

Emperyalizm ya da yayılmacılık, eski toplumsal sistemlerde güçlü olan toplumun siyasi ve özellikle askeri açıdan zayıf toplumlar üzerinde ekonomik olarak zorlamaya, sert güce dayalı ekonomik kökene dayanırken; yağmacılık, korsanlık, köleleştirme ve koloniler kurma imparatorluk kurulumlarının alamet-i farikası niteliği olup, ele geçirilen bölgelerin ekonomik yapısı ise korunmaktaydı (Magdoff, 2006, s. 11). İmparatorlukların büyümesi, arz-talebin artması tekелci ve ayrıcalıklı ticarete yönelik düzenlemeleri gerekli kılmıştır. Güçlenmeye başlayan Batı ülkeleri arasındaki iktidar ve güç rekabeti, gücün dağılımı yayılmacılığa ihtiyacı doğurmuş ve emperyalizmi ortaya çıkarmıştır. Yıllar içerisinde kapitalist sistemde de bazı değişimler hatta evrimler ortaya çıkmış, emperyalizmin biçimlerini de değişikliğe uğratmıştır.

Emperyalist politikaların geliştirilmesi ve bunların uygulanması konusunda ne kadar başarılı olunursa, egemenlik kurmak için harcanan güce de -özellikle baskı kurmak için harcanan güce- oldukça az ihtiyaç olacaktır. Baskı araçlarına duyulan gereksinimin azalması hem emperyalist ülke için mali anlamda avantaj sağlamakta hem de karşı tarafın bu hareketlere direnişinin önüne de geçmektedir. Özetle; “Sadece mükemmel olmayan, amatör emperyalizmin silaha ihtiyacı vardır; profesyonel emperyalizm doğrudan değil yapısal şiddete dayalıdır” (Galtung, 2004a, s. 43).

Sanayileşme ve sanayi ürünlerindeki gelişmeyle çeşitliliğin artması, üretim için gereken enerji kaynakları ve bunları destekleyici bileşenler özellikle ABD ve Avrupa için değerli hale gelmiştir. Özellikle petrol ve diğer yeraltı enerji kaynakları yeni sanayileşme döneminin tek ihtiyacı olarak dünyaya yayılmıştır. Buna bağlı olarak işletmeler yatırımlarının güvenliği ve devamlılığına yönelik ar-ge çalışmaları için büyük kaynaklar da ayırmaya başlamıştır. Bunların yanı sıra, ortalama yaşam süresinin yükselmesi ve sağlık alanındaki gelişmelerle nüfusun hızla artması, sanayiciliğin gelişmesi ile sanayi ürünlerinin artması gibi birçok etmen özellikle şehirdeki nüfus yoğunluğunu artırmıştır. Bu da diğer birçok ürünün yanı sıra en başta gıda ürünlerine olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Ulaşım ve nakliye alanındaki gelişmelerle beraber başka ülkelerden hammadde ve gıda ürünlerinin getirilmesinin kolaylaşmasıyla ülkeler arasında yeni bir süreç başlamıştır.

Emperyalizm faaliyetleri, geleneksel sömürgeci güçlerin yanı sıra sömürge pastasından pay almak isteyen yeni ulusların (Almanya, ABD, Belçika, İtalya ve ilk kez Avrupalı olmayan bir ulus olarak Japonya'nın) ortaya çıkmasıyla işgale uygun sınırlı alanlar nedeniyle büyük bir ivme kazanmıştır. Bu alanların sınırlı olması, bu topraklar üzerinde etkili olmak için başka yöntemlerin geliştirilmesini gerektirmiştir.

Teknoloji ve sanayideki gelişmeler neticesinde ürün ve hizmetlerin arzı oldukça artmıştır. Ancak, ülkelerin belirli

bir tüketim gücü olduğu varsayıldığında, üretilen her fazla ürün ticari firmalar için risk ve zarara yol açmaktaydı. Özellikle geçmiş dönemlerdeki şartlar düşünüldüğünde, tüketicinin sürekli hale gelerek talebin devamlı olarak artması ve bunun devinimi oldukça yavaş gerçekleşmekteydi. Kısaca kitlesel tüketim gücü bir süre sonra doyuma ulaşmakta, aşırı üretimden kaynaklı fazlalık oluşmaktaydı. İç pazarın sınırlı olması ticari firmalar ve fabrikalar, ülke dışında yeni pazarlara ihtiyaç duymuştur. Yaşanan tüm gelişmelerin en büyük ortak özelliği, daha fazla kar elde etme ve bunun sağlanması için yeni yöntemlerin geliştirilmesi, uygulanması ve yeni alanların keşfedilerek kontrol altına alınmasıydı. Bunun sonucunda, ülkeler arasındaki rekabet ve buna yönelik politikaların geliştirilmesini ve çeşitlendirilmesini gerektirmiştir.

Emperyalizm için öncelikle iki tarafın etkileşim içinde olması gereklidir. Bir etkileşim ya da ilişki içinde olmayan taraflar arasında emperyalist amaçların da olmayacağı varsayıldığında emperyalist politikalara da ihtiyaç olmayacaktır. Burada etkileşimden kastedilen ise tarafların çıkarları olup, çıkarların uyumu ya da çatışması, iki toplumun bağ kurmasını (olumlu veya olumsuz) ve emperyalist hareketlerin geliştirilmesini gerektirmektedir. Genellikle ilişkiler ortak amaçlarla ya da birbirini tamamlayan doğal kaynaklar, hammadde, ürün gibi alışverişlerin karşılıklı olarak sağlanmasıyken; kimi zaman eğer güçler arasında bir denge yoksa tek taraflı alma ve verme durumuna dayanmaktadır. Emperyalizmin asıl sorunu buradan kaynaklanmaktadır. Genellikle iki ülke arasında dengesiz bir ilişki mevcutken; güce sahip olan, hem diğer ülkeden birçok şeyi kendi çıkarı için almakta, karşılık olarak ise almış olduğu hammaddeden ürettiği ürünü de satmaktadır.

Sanayi, üretim ve teknoloji alanındaki gelişmelerin sürekli olarak değişmesi yeni ekonomik kaynaklara ihtiyacı doğururken, dünya ticaretindeki hızlı gelişmeler de sistemin kendi içinde farklılaşmasının önünü açmıştır. Bu durum emperyalizmin de şeklinin değişmesini ve yayılmacılıkta yeni



bir aşamaya geçilmesini beraberinde getirmiştir. Buna eşlik eden üretim artışı ve paranın kullanımı gibi gelişmeler, Batı Avrupa'daki feodal üretim biçimini parçalayarak gelişkin bir kapitalizme geçişin basamaklarını oluşturmuştur. (Magdoff, 2006, s. 13).

Yeryüzünde enerji kaynaklarının, verimli toprakların dağılımı, iklim özellikleri, su kaynaklarının varlığı ve birçok açıdan etki gücüne sahip jeostratejik ve coğrafi konumların önemi dolayısıyla ülkeler emperyalist modeller yaratarak kendi sınırlarının dışına taşmaktadır. Özellikle küreselleşmeyle birlikte günümüz ülkeler arası ilişkilere bakıldığında, diğer ülkelerle ilişkisi olmayan ülke sayısı çok azdır. Birbiriyle tarihi, kültürel, dini, etnisite gibi özellikleri uyuşmayan, çıkarların çatıştığı çoğu ülke yine de birçok alanda ilişkisini sürdürmektedir. Özellikle, küresel pazar ekonomisinin mevcut olduğu düzende en azından ticari ilişkiler ve diplomasi devam etmektedir. Bunun en belirgin örneği ise ABD- Rusya ve ABD- Çin arasında yaşanan gelişmelerdir. Özellikle Rusya ve Çin'in dünya ekonomik ve siyasi düzeninde yükselişe geçmesi, ABD ekonomi ve teknolojisine rakip ülkeler olarak ortaya çıkması, bu ülkelerin ABD'nin çıkarlarıyla çatışmasının ardından, özellikle siyasi alanda sık sık gerilmeleri beraberinde getirmiştir. Buna rağmen, birçok alanda ilişkiler devam ederken, bu iki ülke arasında ticaret de devam etmektedir.

Teknolojik açıdan gelişimini belirli bir seviyeye getiren ve üretim kapasitesini sürekli olarak geliştiren toplumlar yeni pazarlara da açılmıştır. Ancak burada ilk sorun pazarların güvence altına alınarak kaybedilmemesidir. Hegemonya mücadeleleri, emperyalist politikaların geliştirilmesinin ve çeşitlendirilmesinin, farklı araçların kullanılmasının önünü açmıştır. Pazar arayışı, iç siyasi meseleler, göç sorunu, askeri rekabet ve komünizm-sosyalizm karşıtlığı kapitalizmin dünyaya yayılmasındaki en önemli etkenleridir. Ülkeler arasındaki ticari ilişkiler, alışverişler, iş birlikleri, askeri ve diplomatik ilişkiler, sosyo-kültürel, eğitim etkinliklerinin hepsi

emperyalist politikalar olarak algılanmamalıdır. Dünyadaki ekonomik ve siyasi sistemin gerekliliği olarak ülkeler arasında belirtilen organizasyonların olması neredeyse zorunluluktur. Emperyalizmden söz edebilmek için eşitlikten uzak, asimetrik bir ekonomik, askeri, iletişim ve kültürel bir akışın olması gereklidir. Bir tarafın çıkarları için baskın olmasıyla karşı tarafın dezavantajlı konumda olmasını emperyalizm olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır.

Yeni emperyalizm döneminden önce, ülkeler başka ülke üzerinde hakimiyet kurmak fiziki ve doğrudan müdahaleyle sağlanırken, günümüzde buna gerek kalmamıştır. Ancak yaşadığımız yüzyıl en barışçıl, en az savaşın ve askeri operasyonun olduğu bir dönem olsa da işgaller ve savaşlar yine de yaşanmaktadır. Ancak savaş ve işgaller hem çok daha büyük maliyetleri beraberinde getirirken, kalıcı kontrol ya da itaati sağlayamamaktadır. Bu nedenle, emperyalist ülkeler bu yola başvurmak yerine askeri müdahale olmadan önce de sosyal ve ideolojik dinamiklerin üretilmesi için uluslararası kurum ve araçları kullanmaktadır. En açık şekilde bunlar az ya da çok diplomatik ağa bağlı resmi ya da yarı resmi kurumlar vasıtasıyla, yalnızca siyasi ve ekonomik modeller değil, kültürel modeller de yayılmakta; Merkez uluslar kendi modelleri kendileri için iyi olduğundan bunların herkes için iyi olduğuna inanmaktadır (Galtung, 2004b, s. 44). Sömürgecilik, yayılmacılık, emperyalizm gibi farklı adlandırmalar olsa da geçmiş yüzyıllardaki gibi yalnızca devletle değil, uluslararası kurumların faaliyetleri de emperyalizm olarak görülebilir. Uluslararası kurumlarıyla dünyaya yayılmış bu ülkelerden neo-sömürgeci imparatorluklar olarak bahsedilmesi tartışmaya açıktır. Dünya çapında hammadde ve pazar arayışları imparatorluk kavramını da hükümet-devlet tekeline çıkararak, kurumlar aracılığıyla, yayılmanın ve denetimin sağlanabileceğini göstermiştir.

Günümüzde kontrol, teknolojiye gelişmelerle beraber iletişim ve ulaşım araçlarıyla sağlanmaktadır. Somut olarak

ülkenin varlığı görünmez ancak uluslararası niteliğe sahip kurumlar vasıtasıyla ilişki kurulmaktadır. Dünya üzerinde devlet sayısından çok daha fazla uluslararası kuruluşların varlığından söz etmek mümkündür. Bu kuruluşlar, birçok alanda faaliyet gösterirken, ekonomik, siyasi ve kültürel politikaları da etkileyecek güce sahiptir. Dünya siyasetinde de etkili rol oynayan bu kuruluşlar, ulaştıkları toplumlarda sermaye, ürün ve değer yargılarını da pazarlamaktadırlar. Sert güce, kaba yaptırımlara ihtiyaç duymadan faaliyet göstermektedirler. Özetle, küreselleşme süreciyle birlikte emperyalizm birçok alanda, sistem içerisinde var olan tüm ülkelere, özellikle enformasyon ve iletişim sistemleriyle, hızla yayılarak yeni bir görünüm altında varlığını sürdürmektedir.

Uluslararası kurumlar, ait oldukları ülkelerin ulusal politik unsurlarıyla kurulmakta ve uluslarının kimlik özelliklerini taşımakta, devletin uzantısı olarak küresel ilişkiler ağında varlık göstermektedirler. Bu duruma en iyi örnek, uluslararası medya kuruluşları verilebilir. Ulusal ve uluslararası aktörlerin arasındaki ilişkiler ve politikaları yansıtan bu kuruluşların, gündemlerini ve üsluplarını belirlemekte; bu nedenle, emperyalist modelin taşıyıcısı olarak işlev kazanmaktadır.

Karşılıklı ve dengeli bir ilişki yerine asimetrik ve genelde tek tarafın lehine olan alışverişin olduğu bu hegemonik hareketin çeşitlerinden bahsetmek mümkündür. Bunlar ekonomik, askeri, siyasal, kültürel ve iletişim (kimi zaman iletişim, kültürel emperyalizmin içinde karşımıza çıkmaktadır) şeklinde sıralanabilir. Bunların hepsi birbirini etkilerken, birisi diğerinden daha az önemli değildir. Bunların sonucunda Çevre, Merkeze bağımlı hale gelmektedir.

#### *1.3.1.1. Hakimiyet Kurma Mekanizmaları: Askeri, Ekonomik, Siyasi ve Kültürel Boyutlar*

Uluslararası hakimiyet arayışları, tarih boyunca yalnızca doğrudan askeri güç kullanımıyla değil, aynı zamanda ekonomik bağımlılık yaratma, siyasi baskı mekanizmaları ve

kültürel etkileşim gibi dolaylı yöntemlerle de sürdürülmüştür. Devletler ve diğer aktörler, farklı boyutlarda geliştirdikleri bu stratejilerle kendi çıkar alanlarını genişletmeyi ve küresel sistemde üstünlük kurmayı hedeflemişlerdir. Bu noktada, hakimiyet kurma mekanizmalarının askeri, ekonomik, siyasi ve kültürel dinamikleri birbiriyle iç içe geçmiş, ancak her biri farklı araç ve yöntemlerle kendini göstermiştir.

**Siyasi Emperyalizm:** Amerika'nın yanı sıra İngiltere, Fransa ve Rusya hatta günümüzde Çin emperyalist politikalar uygulayan ve uygulamakta olan ülkelerdir. Ancak geçmişten günümüze bakıldığında baskın bir Batı emperyalizminden söz edilebilir. Yine de son yıllarda birçok alanda atağa geçen ve yükselen güç olarak tanımlanan Çin'in, başta kültürel olmak üzere çeşitli alanlarda emperyalist uygulamalarının analiz edilmesi önemlidir.

Sömürgecilik, emperyalizmin bir sonucu olarak uzak topraklarda yerleşim yerleri kurulmasını anlamına gelirken, çağımızda doğrudan sömürgecilik büyük ölçüde sona ermiş; kültür alanında ve belirli siyasal, ideolojik, iktisadi ve toplumsal uygulamalarda varlığını sürdürmektedir (Said, 2016, s. 40). Yeni emperyalizme ve genel olarak emperyalizmin doğasına bakıldığında; savaşların nedenlerinden hangisinin daha önemli olduğunun önemi yoktur. Afganistan ve Irak'a karşı savaşların küresel terörizm ve İran, Pakistan, Suriye, Lübnan, Venezuela, Bolivya'ya karşı gelecekteki potansiyel savaşlar, jeopolitik, ekonomik etki ve hegemonyayı güvence altına almak için yapılan savaşlar olduğunu göstermektedir (Fuchs, 2010, s. 51-52).

Merkezden Çevreye doğru akan bir karar alma süreci mevcuttur. Geçmişten günümüze bakıldığında, emperyalizmin hangi şekli olursa olsun, bazı uluslar kararlar alırken, diğer uluslar istekli veya isteksiz bu kararları uygulamayla yükümlü hale getirilmekte veya itaat edilmektedir. Bazı uluslar -Merkez uluslar- karar verme mekanizması şeklinde hareket etmektedirler. Buna dayanarak; Galtung'a göre Merkez

uluslar başkalarının taklit edebileceği daha üstün bir yapıya sahip olarak görülmesi, merkezden çıkan herhangi bir fikre özel bir meşruiyet de kazandırmaktadır. Özetle, “liberalizmin anavatanı” veya “sosyalizmin anavatanı”nda geliştirilen yapılar ve kararlar içeriklerinden ötürü değil, çıktıkları ülkeden dolayı model işlevi görürler (Galtung, 2004a, s. 44). Siyasi emperyalizm en önemli noktası ise karar alma aşamasında söz sahibi olunması, diğer emperyalizm çeşitlerinin süreçlerinde de etkiye sahip olmayı beraberinde getirmektedir.

Emperyalizm yalnızca ekonomik çıkarlar için arayışlardan ibaret değildir. “Bağımlılık” önemli bir anahtar kelimedir. Siyasi, askeri, kültürel, iletişimsel her alanda bağımlılık yaratılması amaçlanmaktadır. Said:

*“Emperyalizm ve sömürgecilik hammadde ve pazar arayışından ibaret değildir. Emperyalizme ve sömürgeciliğe, kar amacının ötesinde bir bağımlılık, sürekli dolaşıma ve yeniden dolaşıma olan bağımlılık da var; bu sayededir ki bir yandan saygın insanların, uzak topraklarda oralarda yaşayan yerlileri boyunduruk altına almak ‘gerektiği’ düşüncesini kabul etmesi sağlanmış, öbür yandan yine saygın insanlar, imperium’u bağımlı, aşağı ya da daha az gelişmiş halkları yönetmek için kalıcı, neredeyse metafizik bir yükümlülük olarak düşünebilsinler diye metropoldeki enerjiler yenilenmiştir”* (2016, s. 41-42).

şeklinde sömürgecilik ve emperyalizmin siyasi etkisinden bahsetmiştir.

Siyasi emperyalizmin en önemli noktalarından biri ise dünya siyasetinde söz sahibi olmak ve bunu sürdürmektedir. Buna ek olarak; tepki, eleştiri ve itirazla karşılaşmadan politik kararlar verebilmek bir ülkenin uluslararası gücünü de simgelemektedir. Kendi politika ve özgürlük arayışına aykırı karar, tutum ve davranışlarda bulunulmaması beklenmektedir. Amerika’nın kendi istediklerini insan ırkının da istediğine dair inancını sürdürmeyi sevdiğini belirten Kiernan (1978, s. 127), ABD emperyalizminin kısa bir tanımını yapmıştır.

Bunu açıklamak için örneklerden bazılarını Edward Said (2016, s. 360-361) kısaca özetlemiştir:

*“ABD yönetimi yıllar boyu Orta ve Güney Amerika’nın işlerine karışma konusunda doğrudan, ilan edilmiş ve etkin bir politika izlemiştir: Küba, Nikaragua, Panama, Şili, Guatemala, Salvador ve Grenada’nın hükümlerini, düpedüz savaştan tutun, darbelere ve ilan edilen devirme hareketlerine, cinayet girişimlerinden ‘kontra’ ordularının finansmanına kadar giden saldırılara uğramıştır. ABD, Doğu Asya’da da iki büyük savaş yapmış, ‘dost’ hükümetler eliyle (Endonezya, Doğu Timor’da) yüzlerce ölüye neden olan yoğun askersel saldırıları himaye etmiş, hükümetler devirmiş (Iran, 1953) ve yasadışı etkinliklerde devletleri destekleyerek Birleşmiş Milletler kararlarına açıkça karşı koymuş, saptanmış politikalara aykırı davranmıştır (Türkiye, İsrail). Çoğu zaman, izlenen resmi doğrultu, ABD’nin kendi çıkarlarını savunmakta olduğu, düzeni koruduğu, adaletsizliğe ve yanlış hareketlere karşı durulması için adalet getirdiği biçimindedir. Oysa, kendi desteklediği çok sayıda Birleşmiş Milletler kararı (İsrail’le ilgili olanlar başta olmak üzere) uygulanmamış ya da görmezden gelinmiş, ABD Birleşmiş Milletler’e olan birkaç yüz milyon dolarlık borcunu ödemiş ve Irak olayında Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi’ni kullanarak savaştan yana kararlar çıkarılmasına çalışmıştır”.*

Özetle; uluslar üzerinde uygulanmak istenilen politikalara yönelik alınan kararlarda söz sahibi olmak ve direnişle karşılaşmamak değerli bir emperyalist sonuçtur.

**Askeri Emperyalizm:** Dünyada yaşanan sanayi ve ticaretteki gelişmeler, yayılma arzusu ise rekabetlerin giderek kızışmasına milliyetçilik ve militarizmin yükselişe geçmesine, sınır ve gümrük uygulamalarının artmasına yol açmıştır. Bu durum güvenlik anlayışında da yeni fikirlerin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Emperyalist ülkeler kendi çıkarları ve güvenlikleri için asker ve teçhizat üretimine başlamıştır. Bazı sanayi ve teknolojik olarak geri kalmış ülkelerin hem kendi içlerinde çatışmalarda kullanmak hem de çevre ülkelerindeki

çatışmalarda kullanmak üzere silaha ve teçhizata olan ihtiyacı da artmıştır. Bu durumun sonucunda gelişmiş ülkelerden bu ülkelere silah ve askeri teçhizat ticareti de başlamış, satıcı ülkeler için oldukça yüksek gelirlerin elde edildiği karlı bir ticari alan haline gelmiştir.

Ekonomik açıdan güçlü olan ülkelerin genel olarak teknoloji ve sanayide de gelişmiş oldukları söylenebilir. Bu da özellikle askeri ve güvenlik araçlarının üretimi ve dağıtımında oldukça önemlidir. Yalnızca hammaddeye sahip olmak yeterli değil, bu hammaddeyi işleyip geliştirecek ve bunu uluslararası mecrada pazarlayacak güce sahip olmak gerekmektedir. İşlenmemiş hammaddenin veya geliştirilmemiş ürünün ülkeye hiçbir anlamda katkısı olmayacaktır. Ama bunları geliştiren ve günün şartlarına uygun haline getirip devamlı olarak güncelleyebilen ülkeler kendilerine ekonomik olarak kaynak sağlarken, bu ürünleri sattığı ülkeleri de kendisine bağımlı hale getirmektedir. Bunlardan biri askeri teknolojidir. Askeri teknolojinin yanı sıra diğer ülkelere verilen eğitilmiş asker veya asker eğitimleri de bunun bir parçasıdır. Burada yalnızca askeri ürünlerin temin edilmesiyle, bu ürünlerin nerede nasıl kullanılacağına dair söz sahibi de olunmaktadır. Askeri açıdan gelişmemiş, teçhizatı teknolojik olarak güncellenmemiş orduya sahip olan ülkeler kendi iç güvenliğini ve dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı güvenliğini sağlayamayacaktır. Ancak burada önemli olan bir diğer konu ise bağımlılık meselesidir. Askeri açıdan başka ülkeye bağlı olmak, kendi içinde birçok riski barındırırken başka bağımlılıkları da getirmekte, karar alma süreçlerine kadar etkilemektedir. Askeri bağımlı(sız)lılık uluslararası ilişkilerde de belirleyici rol oynamaktadır. Sonuç olarak, Merkez ülkeler, askeri olarak güçlü bir yapıya ve modern orduya da sahip olup, Çevre ülkeleri de bu konuda kendisine bağımlı hale getirerek söz sahibi olduğu bir düzen yaratmak için bu gücünü kullanmaktadır.

Emperyalist politikaların bir sonucu ya da emperyalist bir ülke olmanın avantajı olabilecek başka bir örnek ise,

sömürgelerin bu ülkeler için askeri bir kaldıraç görevi görmesidir. Günümüzde “sömürge” olarak adlandırılmayacak ancak emperyalist ülkelerin etkisinde kalan ülkelere ticari ve askeri üsler mevcuttur. Başka bir ülkede böyle bir alana sahip olmak birçok açıdan oldukça değerli olmakla beraber, başka ülkeler üzerinde manevra alanını da genişletmektedir. Ancak her zaman emperyalist uygulamalar başarıyla veya sorunsuz bir şekilde gerçekleşmez. Kimi ülkeler bunu kabullenemezken kimi ülkelerin ise bu politikalarla çıkarları çatışmaktadır. Örneğin; ABD, bugün baskın küresel askeri bir güçtür ve diğer ülkelerden çok fazla dirençle karşılaşmadan bunu dayatmaktadır. Bu durum, ABD’nin hegemonik anlamda başarılı olduğu anlamına gelirken, farklı sebeplerden baskın güç olma isteğine karşı olan ülkeler de vardır, mutlak güç değildir. Rusya, Çin, İran, Kuzey Kore, bazı Güney Amerika ülkeleri gibi önemli bölge ve ülkelerin yanı sıra, El-Kaide gibi terör örgütleri, çok sayıda marjinal gruplar bu duruma örnek verilebilir. Yatırım, ticaret, yoğunlaşma, ulusötesileşme, neoliberalleşme, yapısal uyum ve finansallaşma emperyalizmin askeri yola başvurmayan ekonomik stratejileri olmasına rağmen, tüm bölgelerin emperyalist güç tarafından kontrol edilememesi ve bir miktar direnişin ortaya çıkması oldukça muhtemeldir. Buna göre, karşı hareketleri kontrol altına almak, krizlerin üstesinden gelmek ve son kertede sermaye için savaş nihai sonuçtur. Bu sonuç, ekonomik araçları desteklemek için emperyalizmin ekonomik olmayan araçlarla sürdürülmesidir (Fuchs, 2010, s. 52).

**Ekonomik Emperyalizm:** Ulusal politika ve ekonomide belirli bir güce sahip olan, hakimiyetinin kırılganlığı minimum seviyedeki toplumlar kapitalist sistemde varlığını korumuş, emperyalist düzen içinde pay sahibi olmuştur. Özetle; güçlü sermaye ve kırılmaz hakimiyete sahip olmak emperyalist ülkelerin en başta sahip olması gereken özelliiktir. Ekonomik güce sahip olmak, diğer ülkeleri birçok alanda kendine bağımlı hale getirme açısından önemlidir. Ekonomik



güç beraberinde siyasi ve askeri gücü ve egemenliği de beraberinde getirmektedir.

Para bağımlılığı, ekonomik emperyalizmin bir başka sürecidir. Para piyasalarının kontrolü, bu piyasalar üzerindeki etki gücü uluslararası ekonomik sistem için oldukça önemlidir. Bu kontrole ve etkiye sahip olan ülkeler, diğer ülkeler karşı avantajlı hale gelerek, uluslararası sermaye ve ticaret üzerinde söz sahibi olmasını sağlamaktadır. Endüstrilerin işleyebilmesi ve yatırımların devamlılığı için büyük sermayelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu durum ise bankacılık sektörünü ve finans şirketlerini geliştirmiş, güçlendirmiştir. Bu para ve sermaye sisteminin uluslararası bir nitelik kazanmasıyla, bu faaliyetler farklı coğrafyalara da yayılarak ulusal banka, ticaret ve finans sektörlerinin gelişimini de desteklemiştir. Uluslararası ticaretin gelişmesi ve küreselleşmenin de büyük bir hızla dünyayı etkisi altına almasıyla bağımlılık artmıştır.

Ekonomik emperyalizmin gelişimine geçmişten bir örnek vermek gerekirse: Sanayileşmeyle birlikte büyümeye başlayan Britanya kendi sermayesini ve karını korumak için yerel üreticilerin üretimlerini ve ticaretini kısıtlamıştır. Örneğin; yüzyıllardır pamuklu dokuma ürünlerinin ihracatında önde gelen ülkelerden Hindistan'a 19. yüzyıl ortalarında fahiş gümrükler koymuş, ihracatını kısıtlamıştır. Bunun sonucunda Hindistan kendi ihracat pazarlarını kaybettiği gibi dokuma sektöründe de gerilemiştir (Magdoff, 2006, s. 29).

Yıllar içerisinde ticaret ve tüketimdeki gelişmelere bağlı olarak farklılaşan ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Baharat, şeker ve hatta köle ticaretinden yağ, kakao, çay, et, kenevir gibi ürünlere geçilmiştir. Bunların yanı sıra sanayileşmeyle beraber enerji kaynaklarına da ihtiyaç doğmuştur. Petrolün en önemli kaynak haline gelmesi dünyadaki tüm dengeleri ve düzeni değiştirmiştir. Bu değişimler farklı arayışları da beraberinde getirmiş; bu arayışlar ise farklı politika ve uygulamaları ortaya çıkarmıştır.

İktisadi sistem de ulus ya da din gibi görüş ve hayallerle de beslenerek yaşamakta (Kiernan, 1978, s. 206); bunun için kültürel ve ideolojik politikalara ihtiyaç vardır. Kiernan'ın bahsettiği görüş ve hayallerin şekillenmesi için bu politikalar aracılığıyla yönetilmesi gerekmektedir. Bir ulusta toplumsal dönüşümler yaşanması için uygulama ve araçlarla birlikte pratikler geliştirilmelidir. Özellikle uzun dönemli bir dönüşüm ve güçlü bir egemenlik kurulması isteniyorsa, nesilden nesile aktarılan kültürel değerler dikkate alınmalıdır. Nesiller boyu devam ettirilen gelenek-görenekler, yaşam tarzı, sosyal normlar, dil, dini değerler gibi çok sayıda ulusal kimliği oluşturan özellikler kısaca kültürel unsurlar olarak birleştirilebilir. Bir ulusu ulus yapan, toplumu oluşturan ve birlikte yaşayabilmeyi sağlayan kültürel değerlerdir.

**Kültürel Emperyalizm:** Kapitalist toplumların ortaya çıkması, güç ve zenginliğin artırılması için yalnızca üretmek ve bunları yeni pazarlarda satmak yeterli değildir. Coğrafi olarak yayılmak, bu alanlarda kurulan ekonomik altyapının ve sistemlerin kapitalist ulusların kalıcı yarar sağlaması için dönüştürülmesi ve yerleştirilmesi içsel bir ihtiyaç olmuştur.

Egemenlik kurmak her zaman baskıya dayalı olmayacağı gibi askeri olarak sınır genişletmek veya siyasi anlamda hükmetmeye gerek yoktur. Ancak, özellikle ekonomik çıkarlarını sağlamak için kültürel ve ideolojik açıdan ele geçirmek önemlidir. Asker gücüyle toprakları ele geçirmek büyük bir maddi güç gerektirdiği gibi kamu psikolojisini de zorlamaktadır. Ayrıca askeri olarak ele geçirilmiş olsa da bu topraklarda iktidarı devam ettirmenin zaman almasının yanında güçlü ekonomik, askeri, politik ve sosyal politikaları ve planları da gerektirmektedir.

Emperyalizmin en önemli noktasının bu olduğunu söylemek mümkündür: Etki bırakmak ve içselleştirmek. Örneğin; emperyalizm, sömürgeciliğin bitmesinin ardından sona ermemiş, eskinin kalıtı olan bağlar, Cezayir ve

Hindistan gibi ülkeleri sırasıyla Fransa'ya ve İngiltere'ye hala bağlamaktadır (Said, 2016, s. 355). Bu ülkelerin şu anki kültürlerine, dillerine, sosyal hayatlarına bakıldığında Fransa ve İngiltere'den parçalar görmek mümkün iken, ekonomik ve siyasal anlamda da bağlar ve kodlara rastlamak mümkündür.

Merkez, kendi kültürünü Çevreye yaymak ve kendi kültürel normlarını tanıtmak, yaymak ve yerleştirmek için sürekli bir etkileşim alanı yaratmaktadır. Kültürel emperyalizmin, ülkenin kendi konumunu güçlendirmek ve kültürel kodlarla aktardığı mesajları aracılığıyla kendi lehine algı yaratmaya çalışmaktadır. Bu durum yalnızca kültürel normların aktarılması ve yayılmacılık için değil, buradan sağladığı başta ekonomik ve ideolojik birçok getirinin de önünü açmaktadır. Ulaştığı toplumların ideolojisini istediği yönde şekillendirmek için kültür değerlerini tanıtmak ve pazarlamak amacıyla birçok yönetime başvurulmaktadır. Kültürel olarak yayılan ve bu değerlerini kabul ettiren bir ülke ya da ulus, fiziki olarak toprak parçasına sahip olmasa da o ulusu "işgal" etmiş sayılabilir. Ancak bu, özellikle kitle iletişim araçları sayesinde zor ve sert güce dayanan bir işgal olmamakla birlikte kitlelerin kendi isteğiyle aldığı, kabul ettiği ve benimsediği genişleme ve kontrolü sağlamaktadır. Emperyalizmi tanımlayan anahtar kelimelerin genişleme ve kontrol olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu ülkeler; yaşam tarzı, yeme içme alışkanlıkları, eğitim, spor, kültürel etkinlik, müzik, sosyal medya trendleri gibi sayısız alanda semboller, markalar ve gruplarla başka ülkelere pazarlanmakta; bu ülkelerin alışkanlık, tutum ve davranışlarını yönlendirmeyi amaçlamaktadır. En bilinen örnekleri ise; McDonald's, Coca-Cola, Nike, Starbucks, Apple, Instagram, Tiktok, Hollywood gibi birçok sembolleşmiş marka sıralanabilir.

Bir ülkenin başka bir ülke üzerinde kurmak istediği kültürel hegemonya ve bu hegemonyanın kendini yeniden üretmesi, diğer ülke kültürleri açısından sayısız soruna yol açsa da tamamen olumsuz etkilerinin olduğunu söylemek de

çok büyük bir yanlış olacaktır. Farklı kültürlerin kaynaşması, alışveriş içerisinde olması geçmişten günümüze çok sayıda iyi yönde gelişmeyi de beraberinde getirmiştir. Kültür alışverişleri sırasında hayatı kolaylaştıran birçok ürün dolaşıma sokulmuş; müzik, spor, eğitim, sanat eserleriyle tanışılmış; daha iyi bir yaşam standardı, insan hakları ve demokrasinin gelişimine yönelik katkı sağlamıştır. Burada olumsuz olan nokta ise yayılmacılık ve denetimin sağlanması, diğer yerel kültürlerin yok edilmeye çalışılmasıyla güçlü olan ülkenin siyasi, ideolojik, ekonomik çıkarlarının güçlendirilmesi için küresel algı yaratılması çabasıdır. Agresif ve yoğun şekilde tek taraflı olarak kültürel genişleme, yerel kültürel değerlerin yok edilmesi, siyasi-ekonomik çıkarlar için kullanılması gibi çok sayıda unsur kültürel emperyalizmin eşitlikten uzak ve asimetrik ilişki yönünü ortaya çıkarmaktadır. Bir ülkenin başka bir ülke üzerinde kendi çıkarlarını korumak, genişlemek ve kontrolü elinde tutmak için hegemonya kurması küresel bir güç olarak nitelendirilmesinin başlıca gerekliliğidir.

Emperyal ülkeler, diğer ülkelere karşı öğretici bir tavır içindedir. Diğer ülkelere aktarılmak üzere bazı ilkeler, değerler ve normlar bütünü oluşturmakta; bunların kabul edilmesini beklemektedir. Bu süreçte birçok teknik ve uygulamayla hedef kitleyi etkilemeye çalışmaktadır. En önemli teknik kitlelerin algısını değiştirmek ve bunu yönetmektir. Çünkü algı değiştirilmeden istenilen tutum ve davranış düzeni oluşturulamaz. Tüm bunlar Merkezin konumunu güçlendirmekte; Çevreden son yenilikler için devam eden bir talep de yaratılmış olacaktır (Galtung, 2004a, s. 45-46). Kültürel emperyalizm, en uzun vadeli, rızaya dayalı etkiyi yaratacak en önemli emperyalizm çeşididir.

Emperyalizmin temelinde imparatorluk fikri yatmaktadır. Ülkeler yeni nesil imparatorluklar kurmak için farklı yöntemler geliştirmektedir. Günümüzde hızla yükselişe geçen ise “kültür imparatorlukları”dır. Böylece nesiller boyu aktarılan değerler ile farklı kıtalarda farklı uluslarda kendisini yaşatabilmektedir.

Örneğin; farklı sosyal medya ve dizi film platformları aracılığıyla ağırlıklı olarak Batı bakış açısı milyonlarca insana, onlarca kültüre yayılmaktadır. Kendi kültürünü tanımır ve kalıcı hale getirmek, bir bakıma egemenlik alanını da genişletmektir. Said, emperyalist politikalarla milyonlarca insanın gerçekliğine girilerek bu gerçeklik içinde ortak bir bellek, kültür, ideoloji ve politik doku yaratılarak dev boyutlu etkilerde bulunulduğunu vurgulamıştır (2016, s. 43).

Kültürü yönetmek; toplumsal belleğe, düşünce ve yaşam tarzına, ideolojisine de hükmetmek demektir. Günümüzde farklı kıtalarda bulunan çok sayıda ülke, siyasal olarak bağımsız olsalar da pek çok açıdan Batı ülkelerinin ekonomik ve özellikle kültürel açıdan tahakkümü altındadır. Kültürel emperyalizmin en önemli çıktısı, nesiller boyu sürebilecek kodlamaların yapılmasıdır. Azınlıkta kalan emperyal ülkelerin kültürel özellikleri ve unsurları, başka kültürlerin içine işlenmesi sonucunda sorgulanmaktan uzak, kabullenilmiş yeni kültürel normlar üretmektedir. Başka bir kültürün değerleri fark edilmeden benimsenmekte ve bir sonraki nesile de aktarılmaktadır. Emperyalist ülkeler için en büyük amaçlarından birisinin bu olduğu söylenebilir.

Emperyalizmin en önemli unsuru teknolojidir. Toplumlar arasındaki teknoloji farkı (her alanda) 18., 19. ve 20. yüzyılda başlamış olup, bundan öncesinde Batı ve diğer toplumlar arasında uçurum denilebilecek farklar olmadığı gibi çağına göre çoğu teknoloji ürünü Asya'dan Batı'ya doğru aktarılmıştır. Teknoloji farkı ilk olarak askeri teknik ve araçlarda ortaya çıkmıştır. Sahip olunan teknolojik askeri araçlarla, bu güce sahip olmayan toplumlar üzerinde güçlü bir etki/baskı kurulmuş, sömürgecilik faaliyetleri hızlanmış ve yayılmıştır. Böylelikle dünya sömürgeci topluluklar ve sömürge toplumları olarak ikiye ayırmıştır.

Kültürel hegemonya, kendini sürekli olarak güncel araçlar üzerinden yenilerken, toplumların belleğine işlenen bazı kalıplar yaratmaktadır. Örneğin; Batı ve Batılı olmayan

toplumlar, genellikle modernlik üzerinden eleştirilmektedir. Bunun yanı sıra ötekileştirme, stereotipleştirme, yeni kimlik bilinçleri-kimlik karmaşası, ayrıştırma ve mülksüzleştirme gibi kavram ve durumlar üzerinden kültürel emperyalizm politikalarını gerçekleştirmektedir. Yerel kültürleri dahi kendi içinde yok ederek, sürekli olarak kendisini yeniden üretmeye çalışmaktadır. Bunu en iyi iletişim kanalları üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu yolla tüm dünyaya ulaşma imkanına sahip olurken, ilettiği mesajlar içerisinde kültür başta olmak üzere siyasi, ekonomik, ideolojik vs. birçok kod alıcıya ulaştırılmaktadır.

#### *1.3.1.2. Hakimiyet Kurma Mekanizmaları: Küresel İletişim ve Medya Dinamikleri*

Askeri üstünlüğün yanı sıra iletişim ve ulaşım araçlarındaki teknolojik gelişmeler sömürge topluluklarının üzerinde kontrol ve egemenliği pekiştirmek, devamlılığını sağlamak açısından en önemli gelişmelerden biri olmuştur. Demiryolları ve buharlı gemilerdeki gelişmelere paralel olarak dünya çapında hızlı kablo ve telgraf sistemi ağlarının büyümesi bazı coğrafi engelleri aşındırarak kıtalararası ticareti kolaylaştırmıştır. Bu ağlar büyük sermaye, teknoloji, insan, haber ve fikir akışlarını desteklemiş; bu da piyasalar, tüccarlar ve bankacılar arasında yüksek seviyelerde yakınlaşmayı getirmiştir (Winseck & Pike, 2007, s. 1). 1860-1930 yıllarında kablolu ve kablosuz şirketlerin (Western Union, Eastern Telegraph Company, Commercial Cable Company, Atlantic Telegraph Company, Marconi vs...) küresel çapta genişlemesi iletişim, küreselleşme ve kapitalist emperyalizm arasında belirgin bir bağlantı olduğunu göstermektedir (Fuchs, 2010, s. 35).

Yaşanılan yüzyılda artık fethedilecek büyük boş topraklar, yıkılacak imparatorluklar, keşfedilecek yeni kıtalar kalmaması nedeniyle bazı toprakların, özellikle verimli ve stratejik öneme sahip toprakların, başka yollarla fethedilmesi gerekmektedir. Günümüzde bilinen geleneksel sömürgecilik

anlayışının yok olduğu düşünülse de yeni bir emperyalizm düzeninin başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle ekonomik, kültürel emperyalizm ve iletişim emperyalizmi yeni bir emperyal çağın başladığını ortaya koyarken, daha da güçlenerek dünyada varlığını korumaktadır. Bir ülke somut olarak sert güçle işgal etmesine gerek kalmadan, ekonomik, kültürel ve iletişim alanlarında kendisine tamamen bağımlı ülkeler yaratabilmektedir. Böylece ideolojik, kültürel ve siyasi yapılarının yayılımı daha kalıcı ve etkili olmaktadır. Günümüzde ayrı bir emperyalizm türü olarak ortaya atılan iletişim emperyalizmi, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki üstünlük ve ülkeler arasındaki dengesizlik sebebiyle önemli bir konuma sahiptir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve etkisinin fark edilmesinin ardından ekonomik, askeri ve kültürel emperyalizm gibi iletişim emperyalizminden de bahsetmek oldukça önemlidir. Bu teknolojilerin getirdiği avantajlar, emperyalizm için iletişim ve medya alanlarında da egemen bir yapıya sahip olmak, daha az maliyet ve daha fazla etkiyle diğer emperyalizm alanlarıyla neredeyse aynı güce sahip olmuştur. Marshall McLuhan'ın "global köy" kavramında ortaya atıldığı gibi dünya küresel bir köy haline gelse de hala ekonomik, siyasi ve özellikle günümüze şekil veren teknoloji alanında geri kalan birçok ülkeden bahsetmek mümkündür. Buna karşılık olarak ekonomi, politik ve teknolojik alanlarda üstünlüğe sahip olup, tüm dünyaya ulaşan, bilgi toplayan ve bunları hem kendi ulusuna hem de gelişmiş/gelişmekte olan/geri kalan ülkelere satan küresel gücü elinde tutan ülkelerin varlığı da söz konusudur. Şimşek, iletişim araçları olmadan ya da kendisinin kullanmış olduğu telekomünikasyon ağları olmadan bu süreçlerin yaşanamayacağını belirtirken, bu ağların küreselleşmeyi destekleyen teknik özelliklerinden de bahsetmiştir:

- Telekomünikasyon ağları, görüntü, ses, metin, bilgisayar verileri ve her türlü elektriksel sinyali ortak bir sayısal temelde birleştirmiş;

- İletişim maliyetleri düşmüş, sayısal araçlar daha ucuza üretilmeye başlanmış, sayısal ağlardaki verimlilik artmış, belli kapasitede akan enformasyon miktarı hızla çoğalmış;
- İletişim teknolojilerindeki gelişme sayesinde, coğrafi uzaklıkların maliyete etkisi azalmıştır;
- İletişim süreci üzerinde hem alıcının hem de vericinin enformasyonu toplama, işleme, sunma veya alma sürecindeki esneklik artmıştır (2003, s. 78).

Sadece medya içerik üretici şirketleri değil, medya altyapı ve medya teknolojileri sermayeleri (telekomünikasyon, yazılım ve donanım); cep telefonu, bilgisayar ve internet teknolojisi dikkate alınmalıdır, tüm bunlar iletişim grubuna girmektedir (Fuchs, 2010, s. 43). Uydu sistemlerini kurmak ve bunda lider konumunda olmak, tüm dünyaya kendi sesinden yayın yapma gücüne sahip olmaktır. Bunun yanı sıra günümüzde milyonlarca kullanıcısı olan sosyal medya ağlarının çıkış noktası da Batı'nın yayılma ve etkileme gücünü göstermektedir. Kullanıcıları aracılığıyla hem kendi değerlerini hemen hemen tüm dünyaya ulaştırırken hem de kullanıcılarının kendi rızalarıyla verdikleri bilgileri de toplama, analiz etme, yorumlama ve saklama gibi imkanlara da sahip olmaktadır.

Günümüzde geldiğimiz nokta Enformasyon Çağı olarak adlandırılmakta, bilgi, iletişim veya haberleşme çağı olarak da nitelendirilmektedir. Bu çağ ile birçok yeni kavram, sorun ve ilişki modeli de ortaya çıkmıştır. Tıpkı ekonomik, kültürel ve sosyal farklılıklar ve dengesizlikler gibi enformasyona ulaşım da farklılıklar, dengesizlikler söz konusudur. Özellikle iletişim ve haberleşme teknolojileri ile elde edilen enformasyonun toplanması, yayılması, kullanılması ve tekrar işlenerek dolaşıma sokulması, tıpkı sermayenin dolaşımında olduğu gibi dengesiz bir süreçtir. Teknolojik olarak ileride olan, sermayeyi elinde tutan Merkez ülkelerden, Merkeze



bağlı teknolojik olarak yetersiz Çevre ülkelere doğru olan bir veri akışından bahsetmek yerinde olacaktır. Sanayi ürünlerinde olduğu gibi, Çevre ülkelerden de gelen ham veri, Merkez ülkelerde işlenerek tekrar dünyaya iletilmektedir. Merkez ülkeler bu veriyi, enformasyonu istediği kadar ve istediği biçimde paylaşmaktadır. Geleneksel sömürgecilikten biçim olarak farklı görünse de yaşanan düzen bilgiye olan ihtiyacın büyük bir bölümünü elinde tutan ülkeler bir bakıma yeni bir sömürgecilikle, bilgi/enformasyon sömürgeciliğiyle uluslararası düzende yerini korumaktadır. Ancak bu durumu, ülkelerin sahip oldukları ekonomik ve teknolojik güçlerine bakıldığında yadsımamak gerekmektedir. Bilgi ve haberleşme teknolojilerinin geçmişin askeri, donanma vs. güçleri kadar öneme sahip olduğunu söylemek de doğru olacaktır. Bu imkana sahip olan her ülke, kendisini korumak ve geliştirmek için enformasyon üzerinde hakimiyet kurmak isteyecektir. Fakat buradaki temel sorun, bilginin ve iletişim araçlarının emperyal bir sistemin parçası haline getirilerek, diğer ülkeler üzerinde üstünlük kurmak amacıyla politik ve ticari bir ürüne dönüştürülmesidir. Burada bahsedilen yalnızca bilginin karşılıklı olarak maddi güçle satın alınması değil, emperyal istekler ve çıkarlar karşısında yeniden kurgulanan bilginin tüm dünyaya yayılabilme gücüdür. Var olan sistemin devamının sağlanması, ulusal çıkar veya bazı güç sahiplerinin korunması için kullanılan küresel enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gücü günümüzde neredeyse tüm dünyaya şekil vermektedir. Smith (1980, s. 176), uluslarüstücülükte büyümenin anlamının emperyal ilişkilerin bitişi olmayıp jeopolitik ağın genişletilmesi olduğunu belirtirken, Batı teknolojisinin yeni elektronik ve medyayla “alıcı” kültüre çok daha güçlü bir etkisi olacağını ve sonuç olarak büyük bir yıkım ve gelişmekte olan toplumlarda çelişkilerin yoğunlaşması şeklinde ortaya çıkacağını ifade etmiştir.

İletişim, emperyalizmin hem çeşidi hem de aracıdır. İletişim ve ulaşım gibi alanlar teknolojiyle birebir bağlantılı

olup, kapasitesi ve gücü de bu teknolojik gelişmelerle büyük ölçüde paraleldir. İletişim teknolojileri yalnızca haber medyası değil; uydu telekomünikasyon sistemleri, kamera, internet, bilgisayar, kablo ve ağ teknolojileri, mobil iletişim araçları ve bunlara bağlı olan tüm kurumları kapsayan geniş bir alandır. Bu alanlarda teknolojisini geliştiren, ilerleten ve yayan ülkeler, diğer ülkelere bunu pazarlarken, uluslararası etkisini ve kalıcılığını da artırmaktadır. Diğer ülkeler bu teknolojik gelişmeleri geç yakaladıkları ya da teknolojilere geç sahip oldukları için, Merkez ülkeden geri kalacak ya da kalıcı hale gelen diğer ürünün yerini alması zorlaşacaktır. İletişim teknolojilerinde de aynı durum söz konusudur. Özellikle iletişimde emperyalist bir güce sahip olmak geçmişten günümüze sürekli olarak geliştirmeyi, yatırımı ve ilgiyi gerektirmektedir. Bu emperyalist harekette; üzerine koyarak ilerlemek ve kalıcı hale gelerek sayılı, saygın, tercih edilen iletişim araçlarına ve kurumlarına sahip olmak oldukça önemlidir. Çünkü iletişim teknolojileriyle enformasyon ve haber aktarımı yapılırken, kültürel, dini, sosyo-ekonomik, ideoloji gibi birçok unsur da aktarılmakta, duygu ve düşünce alışverişi yapılmaktadır. İletişim özünde tüm bu öğelerin kombinasyonudur. İletişim emperyalizmi yalnızca teknolojik bir emperyalist hareket değildir. Hem bir emperyalizm türüdür hem de diğer türlerin başarılı şekilde yürütülmesi için gereken bir araçtır.

Küreselleşmeyle dünya büyük bir değişimin içine girmiş ve bu değişim birçok olgu, kavram ve durumu da dönüştürmekle beraber yepyeni sistemler de yaratmıştır. Küreselleşme kavramı, başlı başına çerçevelenerek anlatılması zor olsa da ekonomi, politika, kültür, iletişim gibi birçok alanın iç içe geçmesinin yolunu açmıştır. Yaşanılan küresel düzende bu kavramları birbirinden bağımsız kullanma, analiz etme ve yorumlamanın zor olabileceği gibi bunları yapabilmek de yeterli olmayacaktır. Bunların yanı sıra bahsedilen alanlar ulusal nitelikten çıkmış, uluslararası nitelik de kazanmıştır.

Dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkan gelişmeler -olumlu veya olumsuz- diğer ülkeleri de etkilemektedir.

Ekonomik sistem ve bilgi-iletişim teknolojileri ile birbirine bağlanan dünya meta/ürün, para alışverişiyle birlikte politik, kültürel ve toplumsal değerler de dolaşıma sokulmaktadır. Tüm dünya, içinde bulunduğu sistemler sürekli etkileşim içerisinde olsa da küreselleşmenin getirdiklerinden eşit derecede yararlanamamaktadır. Özellikle ABD ve Avrupa zenginliğin ve gelişimin kaynağı haline gelmiş olup; aynı zamanda değer ve normlarını da sahip oldukları teknolojileri aracılığıyla diğer ülkelere yayarak uluslararası sistemde kendini kalıcı hale getirerek bağımlı toplumlar yaratmıştır. Bu sırada, dünyanın geri kalanına aktarılan en önemli “ürün” ise ideoloji ve bu ideolojinin getirdiği bakış açısıdır. Küresel dünyada birçok toplum, olay ve durumlara bu ülkelerin egemen ideolojisi, kültürel değerlerinin bakış açısıyla değerlendirmekte ve buna göre tutum geliştirmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle emperyalizm, medya aracılığıyla çağa uygun olarak yeniden yorumlanmaktadır. Medya emperyalizminde, haber de bir ürün, emtiadır. Hammaddesi enformasyondur ve enformasyonun işlenmesiyle oluşan bir ürün olup hem iç pazarda hem de uluslararası pazarda satılmak üzere üretilmektedir. Dünyanın dört bir yanından iletişim ve ağ teknolojileri aracılığıyla veriler medya organları ve mensupları tarafından toplanmakta, ajanslar ve gazete kuruluşları tarafından işlenip geliştirilerek yine dünyanın dört bir yanına yayılmaktadır. Bu süreçte, haber birçok filtreden geçerek, belli bir model ve kendine özgü işleyişle veriler habere dönüştürülmektedir. Yukarıda da sıraladığımız üzere, iletişim, ağ ve uydu sistemleri gelişmiş ülkeler için enformasyona ulaşmak, aktarımı sağlamak ve bunları işleyen gelişmiş kitle iletişim araçlarına sahip olmak haber akışı üzerinde bir hegemonya kurmak için gereklidir. Emperyalist ülkeler, bilginin ve haberin üzerinde bu şekilde bir etkiye sahip olmaları ve bunları dünyanın her köşesine gönderebilmeleriyle,

asında kendi bakış açılarını, düşünceleri, tutumlarını da yaymaktadırlar. Bu ülkelerin medya kuruluşları küresel çapta hatırı sayılır bir yere sahip olmalarının yanı sıra ajansları, gazeteleri, sosyal medya hesapları aracılığıyla paylaştıkları haberlerle de dünya gündemini oluşturma ya da etkileme gücünü de elinde tutmaktadırlar. Emperyalist ülkelerin böyle bir güce hakim olması, neredeyse birçok ulusun bu ülkelerin bakış açısıyla birlikte kültürel, sosyal, dini vs. birçok unsurunun da kodlarının da aktarılmasını sağlamaktadır. Bu ülkeler Çevre ülkelerden almış oldukları enformasyonu yine bu ülkelere işleyerek aktarmaktadır. Ama bunun içerisinde sadece bilgi değil birçok mesaj ve kod saklıdır.

Emperyalist ülkeler, kitle iletişim araçlarıyla kendisini ilgilendiren, bağı olan haberleri çok daha fazla ön plana çıkarmakta veya ağırlıklı olarak bu konularla alakalı gündem oluşturmaktadır. Dünyanın geri kalanıyla ilgili çok daha az habere, çok daha az bilgi ve önemle yer verilmektedir. ABD’de yapılan bir seçimin neredeyse tüm detaylarını öğrenirken, Afrika’da yaşanan iklim sorunu hakkında çok daha az bilgiyle fikir sahibi olunmakta, kimi zaman ise hiçbir habere rastlanılmamaktadır. Örneğin; medya, Başkan Bush’un talimatıyla Amerikan yaşam tarzını korumak ve Irak’ı geriletmek için seferber olduğunda, Arap dünyasının siyasal, toplumsal ve kültürel gerçekleri konusunda medyada çok az bilgi verilmiştir (Said, 2016, s. 71). Ortadoğu’nun ve Kuzey Afrika’nın hatta Türkiye’nin yalnızca Araplardan oluştuğunu düşünmek de aslında bunların bir sonucu olup, Batı etkisi taşımaktadır. Bu hegemonyayı kuran ülkeler bir gündem oluşturmakta ve gündem üzerinden haberleri paylaşmaktadırlar. Küresel çapta düşünce ve tutumlarını yaymak, kendi bakış açısıyla yeni algı yaratmak oldukça önemlidir. Bu nedenle, medya üzerinden yapılan algı yönetiminde başarılı olmak için en başta tüm iletişim kanalları ve araçları üzerinde kontrol ve etki gücünün elde tutulması gerekmektedir. Kamunun kendi isteğiyle, haber almak için

başvurduğu ilk yer kitle iletişim araçlarıdır, bu nedenle hiçbir askeri ve sert güce, baskı araçlarına ihtiyaç duymadan kitlesel algı oluşturmak oldukça caziptir. Küresel medya, küresel kar odaklı sosyal düzen için ideolojik bir ortam yaratmaktadır. Neoliberalizm, şirket birleşmeleri ve satın almalar, az sayıda ve dikey olarak bütünleşmiş medya holdinglerinin egemen olduğu katmanlı bir küresel medya sistemiyle sonuçlanmıştır. Küresel medya sisteminin ana özelliği, özel sektöre ait ticari medya modelinin küresel olarak yerleştirilmesidir. Bunun olası olumsuz etkileri; yaşam tarzı olarak tüketimin küresel olarak yayılması, kamusal alanın eğlence ile yer değiştirmesi, muhafazakar siyasi güçlerin güçlenmesi ve yerel kültürlerin erozyona uğraması olacaktır (Fuchs, 2010, s. 43).

### **1.3.2. Propaganda ve Uluslararası İknanın Üretimi**

Algı yönetimi sürecinin bir parçası olan kitle iletişim araçları aracılığıyla ülkeler propaganda ve halkla ilişkiler, yumuşak güç tekniklerini, uluslararası ilişkiler politikasını kullanarak, mesajlarını diğer topluluklara iletmektedirler. Burada amacın bahsi geçen ülkelerde kamuoyu oluşturmak ve politikalarını aktararak varlığını güçlendirmek olduğu söylenebilir. Hedef kitleye gönderilen mesajların kontrolüyle oluşturulan algı yönetimi, zihinlerin manipüle edilmesiyle “gerçek doğru” ve “kurgulanmış doğru” arasındaki ayrımı neredeyse yapılamayacak hale gelmektedir. Böylece kendilerine iletilen mesajlara inanması ve bu yönde bakış açısı oluşturması kolaylaşmaktadır. Bahsedilen amaçları gerçekleştirmek için başvurulan en önemli yöntemin propaganda olduğunu söylemek mümkündür.

Propaganda bir kurum, kuruluş, grup veya kişinin düşüncelerini yaymak için kullanılmakta; düşüncenin yayılması, kabul edilmesi ve kanıksanması ile düşüncelerin uygulanmasına geçildiğinde dirençle karşılaşılmasını sağlamaktadır. Düşünceyi değiştirmek, davranışı ve tepkiyi de değiştirmektedir. NATO tarafından yapılan tanımlamaya

göre propaganda, sponsora doğrudan ve dolaylı olarak fayda sağlamak amacıyla belirli bir grubun görüşlerini, duygularını, tutumlarını veya davranışlarını etkilemek için yayılan herhangi bir bilgi, fikir, doktrin veya özel çağrıdır (Taylor, 2002, s. 28). Propaganda bir ikna süreci olsa da her ikna süreci veya isteği propaganda olarak düşünülmemelidir. Her tutum, davranış değiştirme ve hedef ikna süreci böyle nitelendirilemezken, özellikle girişimin tek yönlü oluşu önemlidir. Propaganda burada hem algı yönetiminden hem de bazı ikna yöntemlerinden burada ayrılmaktadır. Propagandada amaca göre (iş birliği, panik, davranış değişikliği yaratma, boyun eğdirme, mevcut durumdan hoşnutsuzluk duygusu yaratma ya da pekiştirme vb.) sosyal psikolojiden ve ikna yöntemlerinden yararlanılmaktadır (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 44).

Propaganda yaratıcısına fayda sağlamak için tasarlanmış bir ikna sürecidir. Propagandanın en çok tartışılan ve neredeyse sembolü haline gelen SSCB, Naziler ve II. Dünya Savaşı'nın olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu dönemde propaganda artık yalnızca teknik ve kavram olmaktan çıkarak, somut bir kurum haline getirilmiş, hatta bakanlıkları kurularak resmileştirilmiştir. Eğitimden medyaya her türlü alanda bu teknikler kullanılarak toplumun fikir ve tutumlarını etkilemek amaçlanmış, ikna yoluyla başarı elde edilmeye çalışılmıştır. Ağırılık olarak kara ve gri propaganda teknikleri kullanılmış, halk sürekli yalan haberlere maruz bırakılmış ve gerçekleri öğrenmesinin önüne geçilerek uzun bir propaganda dönemiyle kısa bir süre de başarılı olunmuştur. Buna bir diğer örnek bu çalışmanın da konusu olan Irak ve Afganistan'ın işgalidir. ABD, işgalinin propagandasını yapabilmek ve kamuoyunun desteğini sağlamak için algı yönetiminin tüm tekniklerini kullanmıştır. Hemen hemen sahip oldukları tüm iletişim kanallarını Amerikan propagandası yapılması için kullanılmış ve bunun gereği olarak objektif yayınlar yerine yanlış, yorumlanmış ve hatta kurgulanmış bilgilere

yer verilmiştir. Aslına bakıldığında, savaşın tarafları elinde tuttuğu tüm kanallarıyla kendi propagandasını yaparak özellikle uluslararası kamuoyunun gücünü arkasına almaya çalışmıştır. Propaganda bu dönemlerden sonra alan ve araçlarını genişletip, dönemin gereklerine göre güncelleyerek ulusal ve uluslararası politikanın bir parçası olmuştur.

Tam olarak günümüzdeki şekliyle olmasa da propagandanın, toplumlar hatta topluluklar ortaya çıktığından bu yana varlığını sürdürdüğünü ifade etmek gerekir. Toplum, yönetim, siyaset ve ideoloji gibi anahtar kavramlar propagandanın çıkış noktasını ya da motivasyonunu göstermektedir. Propagandanın teknikleri, uygulanması, uygulama alanı, araçları ve etkisi o günün şartlarına, ekonomik ve siyasal şartlarına, teknolojisine göre değişmesi ve bir disiplin halini alması zaman içinde olmuştur. Örneğin; 20. yüzyıldan günümüze bakıldığında teknik ve araçların ne kadar değiştiğini görmek mümkündür. Daha geçmiş yüzyıllara gidildiğinde o dönemde propagandanın gerekliliği, amacı ve etki alanı yaşadığımız yüzyıla göre oldukça farklıdır. Küresel ekonomik sistemin değişmesi ve küreselleşmenin hız kazanması propagandayı yerel etki alanından çıkarıp uluslararası bir nitelik kazanmasının önünü açmıştır.

Erkış ve Summak'a (2014, s. 295-296) göre, propagandanın tarihi iç içe geçmiş üç unsurdan oluşmaktadır; birincisi uygarlığın gelişimi ve ulus devletlerin yükselişyle beraber "halkın düşüncesiyle egemen olma savaşı"nı kazanma ihtiyacının hızlı bir şekilde artışı, ikincisi eldeki propaganda mesajlarını ileten iletişim araçlarının artan sofistikasyonu, üçüncü olarak ise propaganda psikolojisinin daha anlaşılır hale gelmesi ve benzeri davranışsal uygulamaların da artışıdır. Propaganda; sahası (iç ve dış), kapsamı (genel, sınırlı, ferdi), konusu (siyasi, ekonomik, kültürel, askeri), doğruluk (beyaz, gri, siyah), biçim (enformatik, psikolojik savaş, kültürel) ve süresi (kısa, orta, uzun) bakımından beşe ayrılmaktadır (Erkış & Summak, 2014, s. 299). Önceden belli bir kesimi

ilgilendiren bu kavram, günümüzde toplumsal temasların artması ve yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle kullanılan ve bilinçli olarak yeni bir algılama yaratımı olarak ön plana çıkarken; teknolojiye yaşanan iletişime özgü gelişmeler beraberinde propagandanın etki alanını ve etkinliğinin artmasını sağlamıştır (Çetin , 2014, s. 254). Küreselleşme, internet ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle yeni medya, sosyal medya ortamlarının artması, bu ortamları dünyanın hemen hemen her yerinde bulunan milyonlarla ifade edilen kullanıcıların olması ve bu kullanıcıların haber almak ve eğlence amaçlı kullanması propagandanın alanını genişletmekle kalmamış, propaganda uygulamalarının etkisini de artırmıştır. Bu araçlar, günümüzde hem iç hem de dış politikanın önemli bir parçası haline gelerek, propaganda gibi başka dış politika kavramlarını da anlam ve biçim olarak değişikliğe de uğratmıştır. Propagandanın nasıl uygulandığına dair açıklamaya örneklerle yer veren Özerkan ve İnceoğlu (1997, s. 44-45) çalışmalarında şunları özetlemiştir:

- *Propaganda insanların duygusal zaaflarına seslenir<sup>4</sup>. Öfke, sevinç, acıma, güven ihtiyacı, korunma, şefkat gibi Lenin ve Hitler, ideolojilerini yayma ve eyleme geçmede bu tür duyguları kullanma yönetimini ağırlıklı olarak kullanmışlardır.*
- *Propaganda da en yaygın olarak “süper egoya teslimiyet” ve “çoğunluğa uyma” eğilimleri işlenir.*
- *Goebells, propaganda örgütüne yine kendi özel propaganda timi kanalıyla ve yüz yüze konuşarak, ikna temellerini anlatmıştır. Onları kendi görüşlerinin doğruluğuna inandırmış ve her zaman morallerini yüksek tutmaya çalışmıştır. Bu şekilde konuştuğu gruplar erde kabul ettiği birkaç kişilik samimi gruplardan, Opera Binası’ndaki kitle toplantısına kadar çok farklı genişlikte olmuştur.*
- *Amaçlanan yönde bir değişime sebep olması için mevcut bilgilerde bir değişiklik yapılması,*

4 Propagandacı tehditkar olmadan dolaylı olarak kışkırtmayı kullanarak korkma duygusundan yararlanmaktadır (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 47).



*deformasyona gidilmesi, belli bilgilerin saklanarak diğerlerinin sunulması, propaganda yöntemlerine girmektedir<sup>5</sup>.*

- *Propagandacı, sorunu öne çıkarır, amacı belirler ve çözümü kendinde olduğunu söyler.*
- *Görünen propaganda en önemli aşama dikkati çekmektir. Örneğin seçim kampanyaları dikkat çekmeyi amaçlayan, canlı, gürültülü şenlikli ortamlardır.*

Küreselleşen dünyada, küresel ekonomik ve politik sistemin içinde yer alan ülkeler ulusal/uluslararası kamuoyu oluşturmak, ideolojik ve politik sonuçları olacak toplumsal hareketleri ateşlemek, ulusötesi ekonomik çıkar politikalarını meşrulaştırmak hatta askeri operasyonlara kamu desteğini almak gibi sayısız amaçla propagandayı, uluslararası propagandayı kullanmaktadır. Uluslararası anlaşmalar, demokrasi ve insan haklarında yaşanan gelişmeler ve en önemlisi medya aracılığıyla dünyada olup biteni her şeyi neredeyse anında takip etme imkanıyla beraber, ülkeler yüzyıllar öncesinde olduğu gibi başka ülkeler üzerinde sert güce dayanan politikalarını kolaylıkla uygulayamamaktadır. Bu sebeple, ekonomik, kültürel, politik ve askeri politikaların uluslararası kamuoyunda meşrulaştırılarak, en az tepki ve maliyetle amaçlarını gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Tüm bunların yanı sıra yalnızca uluslararası politikaları uygulayabilmek için değil, itibar kazanmak ve kendi kültürünü yaymak, tanıtmak için de propagandaya başvurulmaktadır.

Günümüzde, bir ülkenin kendi iç meseleleri dahi uluslararası kamuoyunda tartışılabilmekte, müdahale edilebilmektedir. Dolayısıyla, ülkeler hem iç hem dış politikalarını güvence altına almak, itibar kazanmak, kendisini dünyaya duyurmak için propagandayı kullanmaktadır. Bu

---

5 Seçici Belgeleme: Yalnızca uygun kanıtların toplanarak bütün oluşturması ve bu suni bütünlüğe uygun olmayan bilgi ve kanıtların dışta bırakılmasıdır (a.g.e, s. 46).

sebeple algı yönetimi ve propaganda arasında ince bir ayrım söz konusudur. Propaganda, algı yönetimi politikalarının en çok tartışılan yöntemlerinden biridir. Daha çok Batı kaynaklı olsa da internet ve iletişim teknolojilerinde gelişmeler, kitle iletişim araçlarının çeşitliliğiyle Doğu-Batı ayrımı olmadan propaganda tüm ülkeler için dış politikada önemli bir hale gelmiştir. Bu nedenle, devletler yalnızca kendi kamuoyuna karşı değil, uluslararası kamuoyunda da etkili olabilecek propaganda tekniklerine başvurmaktadır. Geçmiş yıllardan günümüze kadar teknikleri ve şekli değişmiş de olsa neredeyse kurlsızca bir propaganda anlayışı küresel sistemde gücünü ve yoğunluğunu artırmıştır.

Küresel sistemde kendisine yer edinmiş olan emperyal genişleme cabası içinde bulunan ülkeler, fiziki olarak sınırlarını genişletme arzusunun yanı sıra kültürel, ekonomik ve politik değerlerinin yayılmasını, tanınmasını ve baskın olmasını istemektedirler. Bu yolla hegemonyasını kurmakta genişletmekte ve güçlendirmektedir. Ülkelerin bu gücünün etkisinin çift yönlü olduğunu söylemek mümkündür; şöyle ki bir ülke iç politikalarında ne kadar güçlü ise ulus ötesi alanda da bu gücü koruması o kadar kolay olmaktadır. Kendi iç çatışmalarını minimuma indiren, demokratikleşme sürecini tamamlamış ülkeler için bu daha kolay olurken; baskı ve otokrasinin mevcut olduğu ülkelerde gücünü korumak oldukça zordur. Her ne kadar baskı ve otoritenin karşısında direnç göstermek zor olsa da bu toplumlar yine de kırılğan bir yapıya sahiptir. Ancak günümüzde küresel sistemde güçlü olarak nitelendirilen ve emperyal yayılma politikası izleyen ülkelere baktığımızda ikisini de görmek mümkündür. Bunu sağlamanın, yani birbirinden farklı siyasal ve toplumsal sisteme sahip olan ülkelerin uluslararası alanda söz sahibi olmasını sağlayan en önemli yöntem propagandadır. Bahsedilen çift yönlü etkinin diğer tarafı ise uluslararası alanda güç ve itibar sahibi olan ülkeler propaganda aracılığıyla yani kendi kamuoyuna, gücünün propagandası ile yerini

sağlamlaştırmaya çalışmakta, statükosunu güçlendirmektedir. Bu düşünceye göre; ülkeler farklı alanlarda çıkar sağlayabileceği, karşılığında bir şey verirken birden fazla alanda bir şeyler alabileceği politikalar belirlemekte ve bunlara uygun bölgeler-ülkeler-kültürler seçmektedirler. Amaç ve hedefin belirlenmesinin ardından kültürel, ekonomik, siyasi ve askeri politikalar belirleyerek, uluslararası propaganda için harekete geçmektedirler. Uluslararası mecrada güce sahip olmak, günümüz kara ve çıkara dayalı kapitalist sosyal düzende en önemli unsurdur.

Propagandanın temel öğelerinden birisi propagandanın hedefidir. Bu hedefin propagandanın amacına uygun olarak belirlenmesi, başarılı olmasında oldukça önemlidir. Uluslararası propagandada üç genel hedef türünden bahsedilebilir (Erkış & Summak, 2014, s. 305):

- Propaganda yapımcısının kendi halkı propagandanın kabul görmesi için propagandacının kendi halkı tarafından onaylanması gereklidir;
- Dost veya tarafsız ülkelerin halkları; uluslararası propagandada hedef diğer ülkelerin halklarıdır, dost ülkeler için kabul edilebilir ama önemli olan tarafsız ülkelerin dost haline getirilmesidir;
- Hasım ülkelerin hakları; propagandanın çözüm aşamasına geçebilmesi için önemlidir, halkı etkilemek ve istenilen yöne çekmek hasım ülkenin hareket olanağını kısıtlayacaktır.

Özellikle buna örnek vermek gerekirse, bir ülkenin halkını, kültürünü hatta tarihini yüceltirken, mevcut hükümet liderini kötülemek, olumsuz yanlarını ifşa etmek ve değersizleştirmek gibi durumlara oldukça sık rastlanmaktadır. Propagandanın asıl amacı yalnızca fikirlerin yayılması değil, yayılan fikirlerin akıllara özellikle toplumsal akla yerleştirilmesi ve devam ettirilmesidir. Propagandanın önceden belirlenmiş hedef kitlesi, amacı, teknikleri ve zamanı vardır, özellikle başarılı

propagandada anlık ve rastgele uygulamalar görülmez. Propaganda, bilinçli bir girişim olarak bireylerin dışında, kitleleri hedef almakta ve hangi amaçla gündeme gelirse gelsin, sonuçta kitleyi etkilemeyi amaçlamaktadır (Özerkan & Inceoğlu, 1997, s. 42).

İnternet teknolojilerinin gelişmesi, kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve özellikle sosyal medya ile milyonların kendi rızasıyla küresel haber alma ağı içinde yer almasıyla dünya birbirine bağlanmıştır. Bu alanda söz sahibi olmak, yer almak ve bu küresel araçları yönetmek başarılı bir propagandayı da beraberinde getirmektedir. Çünkü zor kullanarak veya siyah propaganda yöntemlerini uygulayarak hem kalıcı olmayan hem de maliyetli olan, tepki çeken ve kırılabilir olan tekniklerin yerini rızaya dayanan kalıcı, güçlü ve hemen hemen herkesin ulaşabildiği araçlarla yapılan propaganda almıştır. Propagandacı için elverişli olan bu durum, propagandaya maruz kalanlar için ne kadar doğru veya yanlış olabileceği tartışmaya açıktır. Ancak, propaganda faaliyetlerine fark etmeden maruz kalan ama kendi rızasıyla bu sistemin içinde yer alan bireyler hatta toplumlar için neyin ne kadar ne amaçla doğru ve yararlı olduğuna yönelik çıkarımlar yapabilmek oldukça zor bir hale gelmiş, iyi-kötü, doğru-yanlış birbirine girmiş, kolaylıkla ayırmak neredeyse imkansızlaşmıştır. Birbiriyle bu kadar iç içe geçen kavramlarda göstermektedir ki algı yönetiminin ne olduğunu bilmek, hangi araçların nasıl kullanıldığı hakkında fikir sahibi olmak ve bunun için rızanın nasıl üretildiğini anlamak, özellikle günümüz ağ ve iletişim düzeninde önemli bir yere sahiptir.

Geçmişten günümüze yaşanan ve sonuçlarıyla getirdikleri sebebiyle propaganda, toplum üzerinde negatif bir anlam ifade etmektedir. Bakıldığında propaganda tek taraflı, çoğu zaman yalan üzerine kurulan, gerçekleri saklayan ve hileye dayanan söylemlerden oluşmakta, çoğu zaman kaynağın kimliği dahi bilinmemektedir. Propaganda faaliyetlerinde etik kavramından bahsedilemez. Algı yönetiminden en keskin

şekilde burada ayrılmaktadır; başarılı bir algı yönetimi yalana ve gerçekleri tamamen saklamaya dayanmamaktadır. Bunun yanı sıra propagandanın aksine belli bir sistematığı ve bunu izleyen planlara bağlı hareket etmektedir. Algı yönetiminde, her aracın ve her ortamın kullanılmasının belli nedeni ve amacı varken, hatta hedef kitlesi içindeki her bir gruba yönelik özel ortamlar üretirken, propaganda genellikle ulaşabileceği her araçla kitleyi etkilemeye çalışmaktadır. Bu nedenle, propaganda faaliyetlerini algı yönetiminden ayırmak çok daha kolay olmaktadır. Propaganda faaliyetlerinin çok daha agresif olduğu söylenebilir. Bu nedenle, bilinen geleneksel propaganda yöntemleri günümüzde şekil ve tekniklerini değiştirerek yeni biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Agresif propaganda uygulamaları yaşadığımız çağa ayak uydurarak hem ulusal hem uluslararası mecrada faaliyetlerine daha örtülü şekilde devam etmektedir. Günümüzdeki şekliyle propagandanın amacı sanal tehditler, demokrasi, gelişme, iletişim, küreselleşme gibi bazı idealize edilmiş kavramlar kullanılarak öncelikle hedef ülke veya kitleyi kendisi gibi düşündürerek, yaratılan ve nüfuz edilen boşluklarla kendi yönlendirme mekanizmalarının içerisinde barınmasını kabullenecek “ikna (conviction)” düzeyi ve güvenlik ortamı yaratmaktır (Yılmaz, 2017, s. 66).

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle modern bir propaganda aşamasına geçilmiş, tüm iletişim araçları kullanılmaya başlanmış, geliştirilen her internet ve iletişim teknolojisine uyum sağlamıştır. Propagandanın, çağlar arası farklılık gösterse de özellikle yaşanan küresel güç düzeninde, kara ve sermayeye dayalı sistemde varlığını sürdürmeye devam edeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. ABD’nin sistemleştirdiği şirket-devlet birlikteliği; propaganda faaliyetlerini, politik ve diplomatik uygulamalardan kültürel ve toplumsal alana kaydırmış; bazen bu ulusal amaçlardan hareketle asker toplamak ve birlik kültürü ve aidiyet duygusu yaratmak için bazen küresel amaçlardan hareketle uluslararası

arenada kamuoyu oluşturmak için bazen de küresel ekonomik ve kültürel amaçlardan hareketle dünya toplumları üzerinde tüketim, diplomatik kabul, yabancı yatırımları ve küresel ekonomik faaliyet alanlarını genişletmek için propaganda faaliyetleri yürütülürken zamanın ruhuna ve dinamiğine uygun olan tüm araçları da kullanmaktadır (Çetin , 2014, s. 252).

Propaganda kelimesinin toplum üzerinde çağrıştırdığı olumsuz anlam nedeniyle birçok ülke bu ifadeyi kullanmayı bırakmıştır. Günümüzde çok daha genişletilmiş sınırları ve araçları olan kamu diplomasisi ülkelerin propaganda faaliyetleri için kullanılan ve nispeten olumsuz anlam barındırmayan kültürel, eğitim ve medya gibi alanlarda kendi göstermektedir. Özellikle Soğuk Savaş döneminde propaganda, psikolojik hareket gibi ifadeler toplum üzerinde olumsuz düşünceler yaratırken, ABD bu etkiyi ortadan kaldırmak ve SSCB karşısında daha olumlu bir görünüme sahip olarak, SSCB faaliyetlerinden kendisini ayırmak istemiştir. Ayrıca diplomasi gibi saygın ve barışçıl bir anlamı içinde barındıran bu kavramla ulusal ve uluslararası mecrada baskın ve saldırgan görünümü de geride bırakmayı hedeflemiştir. Günümüzde bu süreçleri kapsayan çok sayıda kavramdan bahsetmek mümkündür. Tüm bu kavramlar belli noktalarda birbirinden ayrılarak farklı isimler alsalar da temel çıkış ve ortak noktaları “yönlendirme ve ikna etmek”tir.

### **1.3.3. Uluslararası İknanın Değişen Görünümü**

Değişen dünya düzeni, teknolojik ilerlemeler, uluslararası kamuoyunun bilinç düzeyinin yükselmesi, ülkelerin rekabetinin farklı platformlarda da sürdürülmesinin zeminini oluşturmaktadır. Gücün tanımına yeni eklemler yapılarak, mevcut yapının işleyiş biçimi bu unsurlar üzerinden yeniden yorumlanmaktadır. Klasik silahlar, nizami faaliyetler ve konvansiyonel savaşların ekonomi üzerinde yarattığı tahribat bir yana, meydana getirdikleri dehşet dengesiyle de bireylerin

distopik bir dünyada yaşamalarına sebep olmaktadır. Evrensel hukukun ve normların çerçevesinde cephesel savaşların gayri insani boyutu, devletleri ve grupları veya devlet dışı organizasyonları psikolojik faaliyetlere yöneltmiştir.

### 1.3.3.1. Enformasyon Savaşı/ Bilgi Savaşı

Soğuk Savaş'ın sona ermesi, ülkeler arası etkileşimin artması, bilişim teknolojilerinin gelişimi ve bunların uluslararası mesafeleri kat etmesi enformasyonun rolünü her geçen gün arttırmıştır. Bilginin rolü uluslararası ilişkiler, siyaset ve ekonomi gibi alanlarda birçok şeyin yerine geçmesiyle enformasyon üzerinde güç kurma arzusu yeni bir mücadele alanı yaratmıştır. Geleneksel savaş ve emperyalizm gibi hem maddi olarak hem de manevi olarak oldukça zorlayıcı olan üstünlük kurma çabası, enformasyonun sahneye çıkmasıyla dengeleri değiştirmiş, her türlü veri akışı istihbarat sistemlerinin geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Günümüzde geline nokta ise enformasyon üzerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinde büyük bir mücadele yaşanırken, savaşların, çatışmaların da merkezi olmuştur. Güçlü bir orduya sahip olmanın yeterli olmayacağı, bunun yanında güçlü bir veri ve istihbarat teknolojilerine sahip olmanın, iletişim kanalları üzerinde hakimiyet sağlamanın önemi günden güne artmaktadır. Bu teknolojilere sahip olmanın yanı sıra dönemin gerektirdiğine uygun olarak kullanmak da önemli olmuştur. Savaştan diplomasiye, emperyalist politikalarından algı yönetimi faaliyetlerine kadar bu teknolojileri kullanmak zorunlu olmuştur. Bu teknolojilere; casus uydular, hayalet bombardıman uçakları, bilgisayar tarafından yönlendirilen seyir füzeleri, gece görüş kabiliyeti, uçan tv'ler ve radyo istasyonları veya mobil şifreli iletişimler gibi sistemlere askeri güçler oldukça bağımlıdır (Taylor, 2002, s. 23). Huyghe, bilgi savaşlarında kullanılan “dövüş sanatı”ndan bahsetmiş ve bunları dört kategoriye ayırmıştır. Özellikle medya kullanılarak uygulanabilecek bu dört unsur saklanmak, tuzığa düşürmek, bilgi edinmek ve ikna etmek

üzerine kuruludur. Savaşta da kullanılabilecek bu unsurlar, kitle iletişim araçlarıyla enformasyon akışının kontrolüyle kolaylıkla uygulanabilmektedir. Bunlar:

- Rakibe karşı niyetleri, yetenekleri ve sırları saklama;
- Karşı tarafın sırlarını bulma, gözetleme, casusluk ve bilgi edinme;
- Yanıltma, yanlış bilgilendirme, kısacası rakibini yönlendirme ve kapasitesini yanlış kullanması için onu manipüle etme;

Aktivistleri canlandırma, rakibe karşı tarafsız olanları ayağa kaldırma ve rakibi bölmek/vazgeçirmek için olumlu veya olumsuz inançları yaymaktır (Huyghe, 2011, s. 11).

Psikolojik harpla birlikte çatışma dönemlerinde propaganda yöntemleriyle düşman askerlerinin ve hatta düşman ülkelerin nüfusunun moral ve motivasyonunu çökerterek yıpratmak, askeri ve iletişim teknolojisi kullanılarak karşı tarafa manipülatif bilgiler aktarmak da bilgi savaşlarının önemli bir parçasıdır. Bunların yanı sıra; teknolojik üstünlük sağlanarak karşı tarafın bilgi ve sırlarının ele geçirilmesi, bilgi sistemlerinin kontrol edilmesi veya işlemez hale getirilmesi, özellik kitle iletişim araçları kanalıyla propaganda ve psikolojik hareket tekniklerinin kullanılarak mevcut bilgilerin çarpıtılması ve manipüle edilmesi gibi çeşitli eylemler uygulanmaktadır (Başbüyük, 2017, s. 45).

Enformasyona ve enformasyon sistemleri üzerinde güce sahip olmak karşı tarafın duygularını, güdülerini, amaçlarını etkilemek ve değiştirmek; bunun için her düzeyde ve her türlü istihbarat sistemi kurulmaktadır (Özer, 2012, s. 157). Bu sistemlerden kastedilen askeri istihbarat sistemleri, güvenlik sistemleri, iletişim, ulaşım ve internet teknolojilerinin yanı sıra dünyanın her yerinde anlık olarak veri akışının karşılıklı olarak sağlanabildiği kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarıyla yapılan bilgi savaşı kavramı ise bilgi ve fikirlerin



çatışması ve mücadelesi olarak tarif edilirken propaganda veya manipülasyon içermekte; bilgi savaşları rakiplerin (ülke, şirket, grup, ideoloji vb.) imajını zedeleyecek, yıpratacak, suçlayıcı bilgiler ve söylentilerin yayılmasıyla olumsuz algı ve imajların oluşturulması şeklindedir. (Huyghe, 2011, s. 5). Bilgi savaşlarının bir diğer tanımı da endüstriyel casusluk ve elektronik takip ve izleme şeklinde karşımıza çıkmakta; ülkelerin veya şirketlerin teknolojik yatırım, keşif ve icatlarının ve bunlara ait sırların henüz kamuoyuna duyurulmadan elde edilmesi veya bu amaçla elektronik dinleme ve izlemelerin yapılması “bilgi savaşı” olarak kabul edilmektedir (Başbüyük, 2017, s. 44).

#### 1.3.3.2. Toplum Mühendisliği

Toplum mühendisliği kavramı genellikle Roscoe Pound’a atfedilse de Popper, kavramın Sidney ve Beatrice Webb tarafından kullanıldığını öne sürmektedir (Duff, 2005, s. 68). Toplum mühendisliği, tekrar eden pazarlama ve propaganda teknikleriyle, karşıt fikirlerin düşmanlaştırılıp yeni bir zihinsel örgütün oluşturulduğu toplumsal psikolojik bilinç mimarlığı olarak kısaca özetlenebilir. Toplum mühendisliğinin ilerleyen dönemlerinde ve agresif uygulamalarda toplumsal hareketlerle (isyan gibi), kişisel olarak da algı bozukluklarına yol açtığı bilinmektedir. Ortak bir bilinçaltı, manipüle edilmiş toplumsal bir bellek oluşturmak için iddiaların ortaya atılmasının ardından tekrarlarla yayılması sağlanmaktadır. Bu sebeple, kimler tarafından ne amaçla yapıldığı önemlidir.

Farklı amaçlarla yapılan bu mühendislik, toplumların ideolojik görüşünden, siyasi kültürel ve hatta yaşam tarzına kadar uygulanmaktadır. Tarihi, insanların toplu yaşama geçtiği dönemlerden itibaren başlayan toplum mühendisliğine adını veren ise ABD’dir. 6-7 Eylül Olayları, Soğuk Savaş döneminde ABD’nin önderliğinde Batı Bloku ülkeleri ve Doğu Bloku ülkelerinin uygulamaları, ABD’nin Irak’ı işgali sırasında/sonrasında işgal ettiği toprakların toplumunu

özgürlük ve demokrasi altında dönüştürme faaliyetleri örnek olarak verilebilir. Örneklerden de görüleceği üzere toplumu mühendisliği toplumu oluşturan grup ve sınıfların belirli bir hedefe yönelik olarak şekillendirilmesini amaçlayan düzenlemeler olup, bunların ise belirli bir konuda kamuoyu oluşturulmasını sağlamak gibi dar bir alanla sınırlı olabileceği gibi bir toplumun yapısının tamamen değiştirilmesine yönelik büyük ölçekli projeler de olabilir (Turan, 2017, s. 97). Toplumun egemen görüşlerinin değiştirilmesinin yanı sıra rejim değişikliği gibi toplumun siyasi yapısını tamamen değiştirecek sonuçlar da ortaya çıkabilir. Rejim değişikliği hedefleyen siyasi mühendislik olarak ayrı bir başlıkta değerlendirilebilir; ancak bu mühendislik türü de çoğu kaynakta toplum mühendisliği altında incelenmektedir. Bu mühendislik, algı yönetiminin her aracını kullanmaktadır. Çünkü tekrarlayan ve sürekli maruz kalınan uygulamalar için toplumun algısının sürekli olarak kontrol edilmesi ve karar süreçlerinde etkili olması önemlidir. Toplum mühendisleri hükümetler ve diğer çıkar grupları olabileceği gibi farklı örgütler de örtük faaliyetlerde bulunmaktadır.

Toplum mühendisliğiyle kastedilen toplumsal eğilimleri ve davranışları büyük ölçekte etkileme çabasıyla yaratılmaya çalışılan etki belirli bir konuyla sınırlı olabileceği gibi toplumun yapısını kalıcı olarak değiştirmeye yönelik de olabilir (Turan, 2017, s. 100). Toplum mühendisliği de diğer algı yönetimi unsurları gibi rıza ve yumuşak güce dayanmaktadır. Çünkü uzun süreli kontrol ve müdahale sert güçle sürdürülemeyeceği gibi toplumun ikna ve rızası için de negatif yönde etkiye neden olacaktır. Bir hegemonya oluşturularak faaliyetlerin güç dengesi kurularak toplumsal rızanın üretimi sağlanmalıdır. Bu mühendislik ülkelerin kendi toplumlarını kapsadığı gibi farklı ülkelerin toplumlarını da kapsamaktadır. Özellikle başka ülkelerde kurulmak istenen otorite ve çıkar arzusu, o toplumun hakim düşünce yapısını, ideolojisini ve algısının değiştirilmesini gerekli kılmaktadır.

Toplum mühendisliğinde de manipülasyona sıkça başvurulmaktadır. Aktörler alternatif görüşleri kısıtlama veya artırma, karar için alternatiflerin değerlendirildiği sırayı manipüle etme ve seçim yapmak için kullanılan oylama veya karar kurallarını değiştirme gibi taktikler kullanarak gündemi kontrol etmeyi amaçlamaktadır (Lau , Smith, & Fiske, 1991, s. 645). Diğer tüm algı yönetimi unsurlarında olduğu gibi toplum mühendisliği için de medya çok büyük bir öneme sahiptir. Medyanın, toplumu şekillendiren araçlardan biri olması, onun kontrol edilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Toplumda bir fikrin yayılması, kamuoyu oluşturulması, toplumsal algının yönetilmesi ve egemen görüşlerin değişmesi en hızlı şekilde medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Toplum mühendisliği aktörleri kitle iletişim araçlarının her birini kullanarak her türlü duyu ve duygulara hitap etme şansına sahiptir. Bu araçlarla mesajlarını sık sık tekrarlayarak yaymakta ve toplumda pekişmesini sağlamaktadır. Bu nedenlerle aktörler topluma sunacakları bilgileri ve verilerin kontrolüyle sürece dahil olmaktadır. Medya ile aktarılan mesajın ne kadar verileceği, nasıl ve ne zaman verileceğinin yanı sıra hangi ortamlarda yer alacağını belirleme gücü kapsamlı bir toplum mühendisliği için önemlidir. Bu nedenle, aktörler medyaya bağımlı olmakla beraber, onun üzerinde egemenlik kurarak kamuoyunu yönlendirmeyi hedeflemektedir.

#### 1.3.3.3. Psikolojik Savaş/Psikolojik Operasyon (PSYOP)

Geçmişten günümüze geçerli olmak üzere psikolojik operasyonlar -PSYOP (psychological operations) şeklinde kısaltılmaktadır- (ölümcül olmayan ama oldukça önemli bir kuvvet çarpanı olup hem savaş hem de barış zamanlarında kilit bir unsur olarak rol oynamaktadır. Tarihsel olarak, psikolojik operasyonların uygulanmasının, savaşın başarılı bir şekilde yürütülmesi için neredeyse insan gücü ve silah kullanımı kadar gerekli olduğu kanıtlanmıştır.

NATO, psikolojik operasyonları şu şekilde tanımlamaktadır: “Siyasi ve askeri hedeflere ulaşılmasını etkileyen tutum ve davranışları etkilemek için düşman, dost ve tarafsız kitlelere yönelik barış ve savaşta planlanmış psikolojik faaliyetlerdir; bunlar stratejik psikolojik faaliyetleri, psikolojik operasyonların pekiştirilmesini içermektedir (NATO, 2007, s. 1). Bir başka tanım ise; “duygularını, güdülerini, nesnel akıl yürütmelerini ve nihayetinde yabancı hükümetlerin, örgütlerin, grupların ve bireylerin davranışlarını etkilemek için yabancı izleyicilere seçilen bilgi ve göstergeleri iletmek için planlanan operasyonlar” olup, psikolojik operasyonların amacı, yaratıcının amaçlarına uygun yabancı tutum ve davranışları teşvik etmek veya güçlendirmektir (Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, 2001, s. 380). Özellikle bilgi çağında bu tür operasyonların önemi askeri operasyonlar kadar önemlidir, hatta bu çağda “bilgi savaşı”nın (information warfare) araçlarından biri haline gelmiştir. PSYOP’lar; çatışmalar öncesinde, sırasında ve sonrasında planlanır, koordine edilir ve yürütülür, hükümetler ve hatta ulusal/ uluslararası sivil toplum kuruluşlarınca yapılmaktadır.

Psikolojik Savaş teriminin bilinen ilk uygulaması 1920’de, Psikolojik Operasyon’un ise 1945’te yapılmıştır. Psikolojik Savaş kavramına J. F. C. Fuller’ın 1920’de Birinci Dünya Savaşı sırasında yeni silahlarla ilgili ders verdiği sırada kullandığı bilinmektedir. Kavramın ilk kaydedilen kullanımı ise 1940’ta popüler bir Amerikan dergisinde “*Psychological Warfare and How to Wage It*” başlıklı bir makalenin yayımlanmasıyla gerçekleşirken, “Psikolojik Operasyonlar” teriminin ise 1945’in başlarında, ABD Donanması’nda Kaptan olan -daha sonra Tümamiral olmuştur- E. M. Zacharias’ın, Japonya’nın teslim olmasını hızlandırmak için tasarlanmış bir operasyon planında kullandığı söylenmektedir. Bu terim, 1951’de kurumlar arası strateji komitesi “Psikolojik Operasyonlar Koordinasyon Komitesi (Psychological Operations

Coordination Committee)” olarak adlandırdığında tekrar kullanılmıştır. ABD Ordusu değişikliği 1951’de yapmasına rağmen, 1960’lara kadar psikolojik savaş çok daha yaygın olarak kullanılmaya devam etmiştir. Amerikalıların “savaş” kelimesini içeren bir terimin, düşman veya potansiyel olarak düşmanlarına olduğu kadar dostlarına ve tarafsızlara yönelik bir faaliyeti tanımlamak için sürekli kullanımı konusunda endişe duymaları bu gelişmelerin önünü açmıştır. Bununla ilgili detaylı örnekler 1958 Lübnan Krizi ve 1965 Dominik Cumhuriyeti Müdahalesi’nde görülmektedir.

İkinci Dünya Savaşı PSYOP’lara örnek verilecek en belirgin dönem olmuştur. Taraflar hem kendi hem de muhalif vatandaşlara ve askerlere yönelik kapsamlı basılı ve videolu ikna kampanyaları geliştirmiştir. Günümüze daha yakın örnek olarak ise ABD’nin Haiti, Somali, Körfez Savaşı, Bosna, Kosova, Afganistan ve Irak’taki operasyonlarıdır. Bu operasyonlar, havadan da dahil olmak üzere dağıtılan broşürler, radyolardan haber ve müzik yayını, çerçevelenmiş haber bültenleri ve hatta araçlara monte edilmiş hoparlörler aracılığıyla savaş kampanyası devam ettirilmiştir. İlk bilgi savaşı olarak nitelendirilen Körfez Savaşı, psikolojik hareketlerin yürütülmesinde bir dönüm noktası olmuştur. Bu muharebe propagandası Irak askerlerini kaçıp yaşamaya ya da kalıp ölmeye çağıran broşürler, yayınlar ve hoparlörden verilen mesajlardan oluşmaktaydı. Bu tür mesajlara açık Irak ordusundan 69 bin kişi ise teslim olmuş veya kaçmıştır. Ayrıca, Komuta ve Kontrol Harbi’ni de desteklemek için iletişim kullanımı da benimsenmiştir. Savaşın başladığı gece, Irak’ın uçaksavar savunmaları ve iletişim sistemleri de (telefon ve enerji santralleri) dahil olmak üzere, Irak’ın C2W (command and control warfare) kapasitesine zarar vermek için muazzam bir çabayla Irak birlikleriyle liderlerinin bağlantısını kesmek için de yapılmıştır (Taylor, 2002, s. 22-23).

Deniz Kuvvetleri Komutanı Randall G. Bowdish (1998–1999), üç gelişmenin PSYOP etkinliğini büyük

ölçüde artırmayı mümkün kıldığını savunmuştur: 1. Ağlar ve web siteleri gibi bilgi teknolojileri; 2. Dünya çapında televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarının patlaması ve 3. İnsan davranışı üzerindeki etkilere ilişkin sosyal bilim araştırmalarındaki gelişmeler (King, 2004, s. 27). Büyük İskender'in kazanmış olduğu çok sayıda zaferinde, modern psikolojik operasyonlara benzer pratikleri takip ettiği söylenebilir. İskender şu pratikleri geliştirmiştir (Narula, 2004, s. 180):

- Olumlu görüş ve duygulardan yararlanmak için komşu insanları içindeki pasifist unsurlarla iyi ilişkiler sürdürülmeli;
- Haberlere sızmak ve söylentileri yaymak için gizli ajanlar kullanılmalı;
- Kriz anlarında, düşmanı -kamuoyuyla birlikte- endişe, moral bozukluğu ve kaos yaratabilecek doğru veya yanlış bir bilgi çığı yaratılmalıdır.

PSYOP'lar günümüzde daha sofistike bir hal alarak, giderek daha da karmaşıklaşmıştır. Psikolojik savaş veya operasyonlarda en önemli unsurlar propaganda ve provokasyondur. Bunların en iyi uygulanış şekli ise iletişim kanalları aracılığıyla sağlanmaktadır. İletişim kanalları ise yalnızca medya değil, tiyatro, müzik, broşür, e-posta ve hatta banknotlar olarak çok sayıda örneklendirilebilir. Önemli olan çok sayıda insana farklı yollarla ulaşabilmek, tutum ve davranış değişikliğini başlatabilmektedir. PSYOP'ların sıcak çatışma dönemlerinde yoğunluğu artmaktadır. Psikolojik savaşla; toplumda itaat duygusunu arttırmak, uluslararası kamuoyunu yanıltmak, halk yönetiminin arasını açmak, liderleri yanıltmak ve kültür değişimini sağlayarak düşman ülkelerin halkının ve askeri gücünün düşünce ve hareket tarzını etkileyerek savaşma azimlerini azaltmayı, felce uğratmayı ve kırmayı hedeflenmektedir (Yılmaz, 2017, s. 67).

Psikolojik operasyonlara hükümetler ve STK'lar ihtiyaç duymakta olup; ancak yalnızca onların kullanmadığını uluslararası örgütler, ulusüstü örgütlerin de kullandığını belirtmek gerekmektedir. Örneğin, NATO'nun askeri müdahalesine Bosna'nın desteğini kazanmak için multimedya kampanyasından bahsedilebilir: Yetişkin ve gençlik dergileri, televizyon spotları, radyo programları, broşürler, manipülatif unsurların olduğu yayınlar gibi. Bunların yanı sıra NATO askerlerinin, dostane yüz yüze temas, oyuncaklar, okuma materyalleri ve diğer küçük hediyeler dağıtarak sivil destek toplamasıyla güven kazanarak tutum değişikliği tetiklenmeye çalışılmıştır.

Terör örgütleri de sıkça agresif uygulamalarda bulunmaktadır. Terörizmde psikolojik boyut önemlidir, çünkü teröristler fiziksel olarak birkaç kişiyi etkilemek yerine kalabalığı terörize ederek şiddeti psikolojik bir silah olarak kullanarak psikolojik savaş vermektedirler (Narula, 2004, s. 177). Örnek olarak IŞİD, eylemlerini dünyaya duyurmak, örgüte üye kazanmak ve korkutmak için özellikle sosyal medyadan yararlanmaktadır. Sosyal medya ve internet siteleri üzerinden bilgi ve görsel paylaşımları, politikalarını anlattıkları dergi gibi basılı yayınlar çıkarmaları bunlara örnek verilebilir. Bu yolla çok sayıda ülkeden kendisine sempatan bulduğuna ise bir dönem haberlerde sıkça rastlanılmıştır. İletişim ve ulaşım kanallarıyla internet teknolojisinin gelişimiyle beraber, operasyonların uygulama alanlarının artması, bu operasyonların etkisinde kalmayı kolaylaştırmış ve fark edilmesini zorlaştırmıştır. Özellikle internetle dünyanın birbirine bağlanması sonucunda, butür kampanyalar yerellikten çıkarak çok hızlı ve kolay bir şekilde dünyayı dolaşmaktadır. Psikolojik savaş, psikolojik operasyonlar propaganda ile çok benzerlik gösterse de aynı olmamakla beraber çeşitli alanlarda düşmana karşı propaganda tekniklerinin kullanılması ve sürecin desteklenmesidir. Psikolojik savaşın saldırı ve savunma silahı; propaganda, eğitim ve provokasyon iken; cephanesi

ise söz, yazı, resim, broşür veya e-posta aracılığıyla aktarılan bilgidir (Yılmaz, 2017, s. 67).

#### 1.3.3.4. Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi terimi, ilk kez 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından kültürel ilişkiler ve uluslararası bilgi düzeni bağlamında kullanıldığı kabul edilmektedir. Gullion daha sonra Edward R. Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi'ni de kurmuştur. Murrow Center erken dönemlerinde Gullion'ın kamu diplomasisi konseptiyle ilgili bir özet yayınlamıştır (Cull, 2009, s. 19):

*Kamu diplomasisi... dış politikaların oluşumunda ve yürütülmesinde tutumların etkisiyle ilgilenir; uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasisinin daha farklı boyutlarını kapsar; diğer ülkelerdeki hükümetler tarafından kamuoyu oluşturur; bir ülkedeki özel grupların ve çıkarlarının diğer ülkedekilerle etkileşimini sağlar; dış ilişkilerin raporlanması ve politikaya etkilerini ölçer; diplomatlar ve yabancı muhabirler gibi işleri "iletişim" olan kişiler arasında bağlantı kurar ve kültürler arası iletişim sürecini işletir.*

Buna göre kamuoyunu yönlendirmek, algıyı oluşturmak ve bunu istenilen şekilde yönetmek, siyasal bilgilendirme ve kültürel etkileşim birbiri ile iç içe geçmiş önemli kamu diplomasisi amaçlarıdır. Bu alanlarda başarılı politikaların izlenmesi, uluslararası ve küresel boyutta uzlaşmanın, karşılıklı itibar ile diyalogun hakim olduğu bir düzeni teşvik etmektedir.

Kamu diplomasisi uluslararası kamuoyu oluşturmak için kullanılmaktadır. Geçmişten günümüze savaşlar devam etse de emperyalizmin şekli oldukça değişerek farklı isimler de almıştır. Şiddet yerine yumuşak güç faaliyetleri -savaş olsa da olmasa da- belirli bir kamuoyu oluşturmak için uluslararası ilişkilerin bir parçası olarak yerini korumaktadır. Kamu diplomasisiyle sert güce gerek kalmadan farklı alanlardaki



kurum ve kuruluşlarla ekonomik, siyasi, kültürel olarak nüfuz etme, etkileme, denetim-kontrol sağlanırken bir nevi güç mücadelesi devam etmektedir. Kamu diplomasisi asimetrik mücadele ya da asimetrik bir bağımlılık yaratma sürecidir. Güçlü ülkeler zayıf ülkeler üzerinde baskın bir şekilde faaliyetlerini yürütmektedirler. Kamu diplomasisinin alanının oldukça geniş olması bu asimetrik sürecin tepki çekmesini zorlaştırmaktadır. Ekonomi, siyasi, kültürel ve son yıllarda özellikle iletişim alanında ciddi bir süreç yürütülmektedir. Burada amaç ülkelerin hammadde pazar arayış ve denetimini kolaylaştırmak, sert güce başvurmadan minimum tepkiyle toplumlara nüfuz etmek, ekonomik ve siyasi mekanizmalar üzerinde güç kazanmak gibi çok sayıda emperyalist hedef olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Uluslararası algı yönetimi için oldukça önemli olan kamu diplomasisi faaliyetleri, hedeflenen toplumun özellikle siyasal olaylara yönelik düşünce, tutum ve eylemlerini değiştirmeye veya kontrol etmek amacıyla yürütülmektedir. “Kamu diplomasisi küresel kapitalizmin işleyişini sağlayacak ve merkez-çevre ülkeler arasındaki asimetrik ilişkileri sürdürecektir ideolojik bir aygıt niteliği taşımaktadır” (Bağcı, 2003, s. 74).

Geleneksel diplomasi ve lobicilik faaliyetlerin tek başına yeterli olmaması, uluslararası ilişkiler bağlamında kamu diplomasisine duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Bu sebeple ülkelerin mesajlarını en doğru ve anlaşılır şekilde iletmeleri oldukça önemlidir. Ülkeler kamu diplomasisi faaliyetlerini belirli amaçlar çerçevesinde belirlemektedir. Kamu diplomasisi faaliyetlerini diplomasiden ayıran en önemli nokta, hitap ettiği kesim yöneticiler değil, hedeflenen ülkenin nüfusudur. Kamu diplomasisi, yumuşak gücün en önemli araçlarından biri olup, hükümetlerin başka ülkelerin haklarını bilgilendirmesi, etkilemesi ve sürece dahil etmesi yoluyla milli çıkarlara destek sağlanması olarak nitelendirilebilir (Aydemir, 2018, s. 41). Klasik diplomasi faaliyetleri özellikle küreselleşme ve ulaşım, iletişim, internet teknolojisinin gelişmesiyle beraber yetersiz

kalarak, bu tür faaliyetlerin sınırlarının ortadan kaldırılmasının gerekliliğini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra diplomasi de daha çok kapalı olarak devletler arasında yürütülürken kamuya konu hakkında kısa bilgiler iletilmektedir. Elbette sosyal medya her alana etkileri olduğu gibi bu alanda da değişimlere yol açmıştır. Twitter diplomasisi kavramı ve uygulaması diplomatik ilişkilerin şeklini değiştirmeye başlamıştır. Özellikle kamuoyu oluşturma ve kamu desteğinin sağlanmasının değeri artmasıyla uluslararası algı yönetiminde bu yeni diplomasi uygulamalarına da geçilmiştir. Günümüzde geleneksel diplomasi faaliyetleri ülkeler arası üst düzeyde devam etse de uluslararası ekonomik çıkarların korunması ve bağımlılık ilişkisinin sürdürülmesinde kamu diplomasisi oldukça önemlidir.

Yılmaz'a (2017, s. 66) göre kamu diplomasisi çeşitli vakıf, enstitü, düşünce kuruluşu, sivil toplum örgütü gibi yapılar ele geçirilerek veya kontrol edilerek ülke egemenliğini kontrol eden, ulus devleti geçiren kılan bir tabaka veya ağ oluşturulmasıyla hedef ülke içerisinde güvenlik ortamının siyasi açıdan şekillendirilmesidir.

Kamu diplomasisine yönelik çalışmaların en fazla olduğu ve ağırlık kazandığı dönem, Soğuk Savaş dönemidir. ABD ve Batı Avrupa ülkelerinin düşünce ve kültürünün “demir perde” ülkeleri olarak nitelendirilen Doğu Avrupa ve Sovyetler ülkelerine yönelik ikna faaliyetlerini kamu diplomasisine örnek olarak göstermek mümkündür. Soğuk Savaş öncesi ve sonrasında oldukça gelişme kat eden kamu diplomasisi, özellikle Soğuk Savaş sonrasında sahneye hükümet dışı aktörlerin de çıkmasıyla günümüzdeki halini almaya başlamıştır. Uluslararası medya kuruluşları, çok uluslu şirketler, teknoloji holdingleri gibi çok sayıda hükümet dışı aktörün ulus aşırı ülkelerde aktif ve önemli roller oynamaya başlaması, uluslararası ilişkilerde artık tek aktörün hükümetler veya hükümetlere bağlı organizasyonlar olması fikrini yıkmıştır. Günümüzde de bakıldığında kamu diplomasisi

faaliyetleri markalar, şirketler ve hükümet dışı kurum/kuruluşlar tarafından yönetilmektedir. Kamu diplomasisi aktörlerini kısaca şu şekilde kategorileştirmek mümkündür:

- Devlet üstü kuruluşlar (NATO, Birleşmiş Milletler..),
- Çok uluslu şirketler ve küresel özel işletmeler (Apple, Microsoft, McDonald's, Coca-Cola...),
- Sivil toplum kuruluşları (Uluslararası Kızıl Haç ve Kızılay Federasyonu- IFRC...),
- Üniversiteler ve diğer eğitim kurumları,
- Baskı grupları,
- Uluslararası medya kuruluşları,
- Kanaat önderleri.

Kamu diplomasisinin uygulamaları alanları ise özetle şu şekilde sıralanabilir:

- Eğitim (Erasmus+ Programları, Fulbright Programı...),
- Kültür (British Council, Hollywood Sineması, K-Pop, anime, diziler...),
- İnanç,
- Lobicilik,
- Kitle iletişim araçları.

Yukarıda verilenler oldukça kısaltılmıştır. Ancak adı geçen her aktör ve uygulama alanı tek tek incelenmeye değerdir, üzerine eklemeler yapılabilir. Burada görülen önemli bir nokta medya kuruluşları, kitle iletişim araçları kamu diplomasisinde hem aktör hem de faaliyetlerin uygulandığı alanlardır. Kamu diplomasisi bilginin yeni dünya düzeni olarak adlandırılması ve kültürel emperyalizm tezinin ortaya çıkışından bu yana uluslararası ilişkiler ve uluslararası iletişimde en çok tartışılan başlıklardan birisi olmuştur. Özellikle 11 Eylül Saldırıları

sonrasında ABD’de anti-Amerikancılık ve Amerika’ya karşı nefret duygusuna odaklanmış, bunun ardından teröre karşı küresel savaşta, bilgi çağında “kalpleri ve zihinleri kazanma”nın neredeyse askeri savaşı kazanmaktan önemli olduğunun farkına varılmıştır (Taylor, 2009, s. 12). Kamu diplomasisi için dönüm noktası olan bu saldırılar sonrası ABD, uluslararası mecrada çıkarları için kamu diplomasisi faaliyetlerine büyük bir önem vermeye başlamıştır. Özellikle propagandanın kötü imajı nedeniyle bu yumuşak güç unsuruna yönelerek, ülkelerin kamuoyunda sempati kazanmaya çalışmış, bunun yanı sıra geçmişten gelen emperyalist faaliyetlerinin şeklini değiştirerek Amerikan kültürü imparatorluğu kurmayı amaçlamıştır. Son yıllarda buna bir başka başarılı örnek olarak ise Çin, Güney Kore ve Japonya verilebilir. Özellikle sosyal medya platformu, müzik ve film gibi alanlardaki yükselen başarısı bu ülkelere tanınırlık ve sempati kazandırmıştır.

Ülkeler arasındaki ilişkilerin artması ve iletişim, ulaşım alanlarındaki gelişmeler uluslararası ilişkilerin yürütülmesini şeffaflaştırmasının yanı sıra başka ülkelerin kamuoyunun önemini ve rolünü de arttırmıştır. Kamuoyunun desteği ve sahip olduğu dinamizm ülkelerin politikalarını da şekillendirmektedir. Bu sebeple, ilişkilerin elit tabakalar arasında sürmesi aşılarak uluslararası düzeyde halk desteğinin sağlanması için halkın diplomasinin bir parçası olması yoluna gidilmiştir. Uluslararası kamuoyu oluşturma hem kısa hem uzun vadedeki etkileri algı yönetimine de yeni bir faaliyet alanı doğurmuştur. Kamu diplomasisi çok çeşitli alanlarda, çok sayıda aktör ve kurumların faaliyetleriyle, hükümet dışı, çok yönlü, diyalog temelli uluslararası uygulamalar bütünüdür. Klasik diplomasi faaliyetlerinin kamuoyunda bir görüş oluşturmak veya kamuoyu desteğini almak gibi işlevlerden uzak ve üst düzey faaliyetler olması, uluslararası algı yönetimi için farklı uygulamaların gerekliliğini göstermektedir.

Kamu diplomasisini hatırı sayılır ölçüde geliştiren ve dönüştüren kitle iletişim araçlarıdır. Sinemadan müziğe,

dizilerden haberlere kadar çok büyük bir uygulama alanına sahiptir. Mesajların her türlü yöntem kullanılarak iletilmesini görsel, işitsel olarak cep telefonlarından televizyonlara kadar sağlayan kitle iletişim ve internet teknolojisidir. Özellikle internetle birlikte günün büyük bir çoğunluğu çok sayıda kamu diplomasisi faaliyetlerine maruz kalınmaktadır. Hem kendi halkına hem de diğer ülkelerin toplumlarına ülkelerinin algılanış şeklini biçimlendirme anlamında kamu diplomasisi faaliyetlerinde, kitle iletişim araçları önemli bir yer tutmaktadır. Günümüz bilgi toplumunda bireylerin bilme ve öğrenme ihtiyaçlarını geleneksel medya ve sosyal medya araçlarından karşılaması bu platformları siyasilerin ve ülkelerin kendilerini ifade etmeleri için vazgeçilmez hale getirmektedir. Bu araçlar içinde yer alıp kendi tanıtımını iyi bir şekilde yapmayı başaran ülkeler, dünya kamuoyunda saygın bir yer bulup imajlarını olumlu şekilde pekiştirmektedirler. Medyayı kullanarak ülkeler, kendilerini göstermek istediği biçimde mesaj içerikleri oluşturarak bunları kitlelere aktarmakta ve bireylerin bilincinde bu şekilde bir resim oluşturmayı amaçlamaktadır.

Kamu diplomasisinin diğer birçok algı yönetimi aracı gibi en belirgin özelliği ise toplumların üzerinde bırakılan etki sebebiyle rıza yaratılması ve gönüllü olarak bu faaliyetleri kabul edip içerisinde bulunulmasını sağlamaktadır. Yaratılan bu atmosferle uluslararası algı yönetimi metotları başarılı olmakta ve toplumlara istenilen mesajlar iletilmektedir.

Sonuç olarak; kamu diplomasisi faaliyetlerinin esas amacı iletilen mesajların rıza ve ikna ile kabul ettirilmesi ve içselleştirilmesidir. Bunun sonucunda bireylerde ve toplumlarda tavır ve davranış değişikliği sağlanmaktadır. Böylelikle kendilerine yönelik olumlu bir bakış açısı oluşmakta, ülkelerin imajı güçlenmekte ve varlığı görünür kılınmaktadır. Bu durum ülkenin diğer ülkelerle arasındaki güven ve itibarının yolunu açarak kültürel, siyasi ve ekonomik egemenliğini kurmasına destek olmaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetleri medya aracılığıyla başarılı bir şekilde

yürütüldüğünde, milli çıkarların korunması dostane ilişkiler çerçevesinde gerçekleştirilmektedir.

#### **1.4. Küresel Algı Yönetimi ve Kitle İletişim Araçları İlişkisi**

Uluslararası ilişkilerde kitle iletişim araçlarının rolü küreselleşmeyle de birlikte 1980'lerde artmaya başlamıştır. Uluslararası ilişkilerde inananın rolünün etkisi, uluslararası ticarete ve mücadelede rekabetin her geçen gün artması, kamu ve özel sektör kuruluşlarının ulusötesi amaçlarına ulaşmasında enformasyon/iletişim teknolojilerine olan ihtiyacın artması, iletişim teknolojisinin bilgi toplama, depolama ve dağıtımdaki hızıyla birlikte kapasitesinin de sürekli artış göstermesi kitle iletişiminin öneminin artmaya devam edeceğini göstermektedir (Bülbül, 2000, s. 57).

Bireyler dolayısıyla toplum, çeşitli iletişim araçları sayesinde hem yakın çevresinden hem de uzak çevreden bilgi olarak algı oluşturmakta ve yorumlayarak belirli görüşlerin etrafında birleşmektedirler. Özellikle dış dünyadan bilgi almak ve dünyadaki gelişmelerle ilgili algısını oluşturmak için iletişim teknolojilerinden yararlanmak zorundadır. Bunun sonucunda ise kamuoyu oluşturarak, kitlesel bir davranış düzeni ortaya çıkarmaktadırlar. Algı yönetimi için önemli olan, bu davranış düzenini istenilen şekilde yönlendirmektir. Bu sebeple, algı yönetimi için iletişim kanalları çok büyük rol oynamaktadır. Bu kanallar gibi hedef kitleye hızlı ve etkili şekilde ulaşacak başka bir araçtan bahsetmek mümkün görünmemektedir. Başarılı bir algı yönetimi yürütebilmek için öncelikli adımlardan birisi iletişim kanalını hedefe uygun seçmek ve iletişimin unsurlarını doğru analiz ederek kullanmaktır. Özetle; iletişim stratejileri ve araçları, amaçlanan davranışları yaratan algıları yönetmenin araçlarıdır (Stupak, 2000, s. 256). Algı yönetimi yalnızca iç politika için değil, dış politika için de oldukça önemlidir. Özellikle küreselleşme ile iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler küresel bir boyuta geçerek, ülkeler arası bir güç yarışına da dönüşmüştür.

Bugün iletişim üzerindeki en büyük etkinin teknolojinin gelişimi olduğu söylenebilir (Stupak, 2000, s. 254). Gelişmiş bir enformasyon sistemi, iletişim ve internet teknolojileriyle kitle iletişim araçları hedef kitleye ulaşmak için kullanılan en önemli unsurdur. İletişim ve medya teknolojilerinin nasıl kullanıldığı oldukça belirleyici olup, yararlanılan çeşitli kitle iletişim araçları ise kitlelere ulaşmayı kolaylaştırmaktadır. Algı yönetiminde propaganda, psikolojik operasyonlar, güvenlik ve istihbarat çalışmaları, enformasyon savaşı gibi yöntemler de kullanılırken, her bir faaliyet için uygun olan kitle iletişim aracından bahsetmek mümkündür. Özetle; algı yönetimi sürecinde kaçınılmaz olarak medya en önemli araç haline gelmiştir.

Küresel ideolojik hareketin kendisine meşruiyet sağlayacak araçların dünya üzerinde serbestçe yayılmasına engel olan, ulusal yapısal engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik olarak halkların ideolojik olarak “ikna” edilmesi gerekmektedir (Paçacı, 2013, s. 100). Algı yönetiminde medyada kullanılan en önemli etken, haber akışının denetim altına alınması ve bunun sürdürülmesidir. Haber akışının kontrolüyle toplumların duygu ve düşüncelerine etki edilerek, dünyayı bu haberlerin sahip olduğu bakış açısıyla algılanması sağlanmaktadır. Böylece insanların/toplumların yaşam tarzları, hayat görüşleri, siyasi, ekonomik ve kültürel istek ve düşünceleri de şekillendirilmektedir. Küresel haber ağını elinde bulunduran güçlü devlet ve hükümetler, haber yorum ve söylem aracılığıyla algı yönetiminin başarıya ulaşmasını amaçlamaktadırlar. Bilgi ve güç, toplumlar üzerinde iktidarın kurulmasını sağlamaktadır. Küresel güçler, hedeflenen toplulukları kendi istek ve çıkarlarıyla yönlendirirken medyayı etkin bir şekilde manipülasyon aracı olarak kullanmaktadırlar. Bu güçler medya aracılığıyla eksik, yanlış bilgi vererek ya da aksine çok fazla bilgi vererek bilgi karmaşası içerisinde alıcıların algısını yönetmektedir. Algı yönetimi çoğu olay ve durum için kısa süreli bir süreç değildir; çoğu zaman uzun

yıllara yayılmış kapsamlı bir organize biçimidir. Bu nedenle algı yönetimini yalnızca çarpıtılmış, yanlış verilmiş haber ve yorumlar olarak düşünmek hata olacaktır. Medya hem uzun hem kısa vadede algı yönetiminin doğru ve istenilen yönde gerçekleştirilebilmesi için manipülasyon aracıdır.

Medya organları bazı haberlerin oluşturulmasında veya seçilmesinde, kitle iletişim araçları olay ve durumların, okuyucu/izleyici tarafından ne kadar önemseneyeceği, nasıl ve ne düşüneneceğine yönelik yönlendirme yapmaktadır (Yaylagül, 2006, s. 68). Medya yalnızca toplum ve birey için yönlendirme yapmamakta, uluslararası gündemi de belirlemek ve/veya değiştirmek için de kullanılmaktadır. Küresel algının yönetilebilmesi için güçlü bir medya sahipliğine ve kitle iletişim teknolojilerine ihtiyaç vardır. Bu sayede, yalnızca kendi toplumuna değil, hedeflediği her topluma ulaşabilmekte ve kendi bakış açısını ve çıkarlarını da meşru hale getirebileceği tutum ve düşüncelerini aktarabilmektedir. Teknoloji ve doğru medya yönetimiyle mesajların istenilen şekilde iletilmesi sağlanmaktadır. Sadece savaş zamanında değil, “barış” zamanında da çatışmalara gerek olmadan, amaçlarına ulaşabilmek için medya ve medyanın manipüle etme gücünden yararlanılmaktadır. Toplum, zihniyet ve iletişim sistemleri bağlamında işletilen bilgi aracılığıyla algı sistemini yönetmek ve istenilen düşünce, duygu ve tepkinin oluşturulmasını sağlamaktır (Paçacı, 2019, s. 143).

Gelişen iletişim ve enformasyon etkisiyle birlikte değişen dünya düzeni, ulusların kendi vatandaşlarıyla ve devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerine yeni boyutlar getirmiştir. Ulusal mecradaki baskı, şiddet; uluslararası alanda askeri, ekonomik yaptırımlar yerlerini iletişimin şekillendirdiği süreçlerin ön plana çıkarıldığı faaliyetleri doğurmuştur. Kültürel, ekonomik ve ideolojik değerlerin taşıyıcısı olan medya; algılama, duygu ve tutumların geliştirilmesi süreçlerinde oldukça önemli rollere sahiptir. Sosyal, ekonomik, siyasal ve ideolojik değişim ve dönüşümler medya aracılığı ile transfer edilmekte ve dünya



üzerinde etkilere yol açmaktadır. Değişen dünya düzeni ve güçlerin çıkarları nedeniyle habercilik yapan kitle iletişim araçları, günümüzde ulus aşırı ideolojik ve siyasal propaganda aracı haline gelmiştir.

Küreselleşmenin ortaya çıkardığı ticarileşme ve tekelleşme sonucunda medya, etkisini artırarak ayrı bir güç olmakta; sahip olduğu bu güçle birlikte psikolojik savaş, algı yönetimi ve gerçeğin yeniden inşası projeleri içinde zihin yönetimi ve tasarım mühendisliğinin temel aktörü haline gelmektedir (Paçacı, 2019, s. 156). Medyanın gündem belirleme, kamuoyu oluşturma, insanların/toplumların hayat tarzını düşünme biçimlerini şekillendirme ve bunların sonucu olarak belirledikleri tutum ve davranışlarını yönlendirme gibi özelliklerinin yanı sıra, geniş kitlelere ulaşma imkanı tanınması; yazılı, işitsel, görsel araçlar üzerinden hızlı bir biçimde enformasyonu dağıtması; bireylerin ve toplumların da yer ve zamandan bağımsız bir şekilde bu araçlardan yararlanmaları, kitle iletişim araçlarını algı yönetiminin vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi, ülkeler arasındaki sınırları ortadan kaldırarak medya içeriklerinin dolaşımını kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır. Bu süreçte küresel medyanın tüm dünyayı kuşatan ürünlerinin yanında ulusal bağlamdaki medyanın içerikleri de meta haline getirilerek uluslararası pazarda alışveriş malzemesine dönüştürülmesi büyük bir ilişki ağı yaratmaktadır. Dünyanın teknolojik anlamda bugün geldiği noktada, ülkeler ve kıtalar arası iletişim ağlarına bakıldığında, McLuhan'ın "global köy" tanımı tam manasıyla yerini bulmakta ve bu anlamda yaşanan hızlı ve çeşitli enformasyon akışı, bilgi ve teknolojinin önemini ortaya çıkarmaktadır. Ülkeler kendine özgü kodları medya aracılığıyla aktarırken, diğer milletlerin tutum, değer ve yargılarını sorgulatmakta, bunların değişim/dönüşümü için gerekli ortamı hazırlayarak kültür, ideolojik, politik ve ekonomik değerlerin transferinin önünü açmaktadır.

# Kuramsal Yaklaşımlar Çerçevesinde Medyanın Algı Yönetimindeki Rolü ve ABD'nin Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi

İletişim ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle beraber gittikçe artmakta olan enformasyon yağmuru altındaki okuyucu/izleyicinin ancak ilgisini çeken mesajları algılayabildiği varsayılmaktadır (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 79). Algı yönetiminde en önemli detay teknolojiyi yakından takip etmek, anlamak ve bunu etkili şekilde kullanmaktır. Algı yönetimi süresince hedefe çok sayıda mesaj iletilmektedir. Ancak, alıcı bu mesajların hepsini algılamaz veya hepsi dikkatini çekmez. Verilen mesajlar hem akılcı hem de duygusal niteliğe sahip olmalı; alıcının kültürel ve eğitim seviyesi dikkate alınarak üslup, dil ve kullanılan kelimeler seçilmeli, ifadeler net ve kesin olmalıdır. Stupak, kullanılan dil ile algılarımızın kontrolü artırıp/ azalırken; kelime seçimlerinin ise düşünce ve eylemleri yönlendirdiğini söylemektedir (2000, s. 252). Mesajların hedef kitle tarafından nasıl anlaşılacağı

düşünülmelidir, aksi takdirde istenilmeyen yönde algı yaratılabilir ya da alıcı için anlamlı bir niteliğe sahip olmaz. Sonuç olarak gerçekler aynı kalır, algılar değişir. Bu sebeple, algılanan veya algılanabilecek anlamına dikkat edilmesi oldukça önemlidir. Mesajın sunduğu içerikle algılama süreci başlamaktadır. Mesajlar yalnızca söylem, söz veya yazılı olmak durumunda değildir. Günümüzde semboller göstergeler, görünüm ve imajlar daha çok dikkat çekmekte, akılda kalıcı olmaktadır. Bu ikna sürecinde mesajların içeriğinde bilgilendirici ve öğretici ifadeler de yer almalıdır. Özellikle alıcının kendi çabasıyla ulaşamayacağı bilgi ise mesajın içeriğindeki yeni bilgilere dikkat çekilmelidir.

Mesajların içeriğinde kaynağı belirsiz, olağandışı veya olmayan yanlış bilgilere yer verilmesi, aksamalar ve yetersizlikler yaşanması, devreye başka unsurların girmesine ve toplumun algılama şeklini kendi istedikleri şekilde değiştirmelerine yol açmaktadır (Özer, 2012, s. 175). Ancak bu süreçte önemli olan istikrarlı bir süreci yöneterek, kitlelerin algısını değiştirerek destek almaktır. Bu nedenle, doğru bilgilerin içine istenilen başka veriler veya semboller yerleştirilerek, yönlendirici ifadelerle veya manipülasyonlarla aktarmak hem hedef kitlenin güvenini sağlamak hem de yeni bir gerçeklik oluşturmak için zemin hazırlamaktadır.

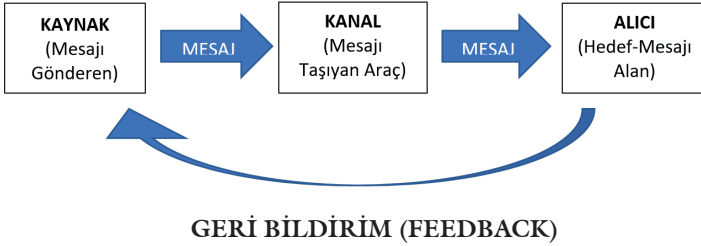
Hükümetlerin veya devletlerin hem iç hem de uluslararası algı yönetiminde amaç, küresel bir kamuoyu oluşturmaktır. Bunun için iki temel toplumsal duyguya yönelik hareket etmektedirler: Güvenlik ve korku. Algı yönetimi faaliyetlerinde bu iki unsur kullanılarak hedef kitlenin kendi rızasıyla algı yaratması ve sonucunda istenilen tutum ve eylemleri oluşturması beklenmektedir.

Temel hak ve özgürlüklerin yerine getirilebilmesi için demokratik ve güvenli bir ortam olmalıdır. Bu güvenli ortamın oluşması için politikalar üretilmektedir. Güvenlik, savunma ve strateji politikaları yalnızca denetim için değil,

toplumda istikrar içinde yaşamak isteyen sivillerin daha fazla katkısının sağlanması için uygulanmaktadır. Siyasi kararların desteklenmesi, denetlenmesinden daha önemlidir, sivil kesim katkıda bulunmadığı sürece kararlar sürdürülemez. Bu sebeple ülkeler olayları/durumları, iç ve dış güvenlik tehdidi olarak değerlendirmekte ve bunun üzerinden; bu tehditlerle savaşmak için plan ve operasyonlar düzenlemektedirler. Toplumun korku ve güvensizlik hislerinden yararlanılarak hazırlanan bu faaliyetlerin kabul görmesi ve sürdürülmesi için rıza ve istikrarlı bir destek süreci gerekmektedir. Algı yönetimi aracılığıyla hedef kitle üzerinde neyin doğru neyin yanlış olduğunu kabul ettirecek bir hakimiyet sağlanmaktadır (Tunç & Atılgan, 2017, s. 234). Başarılı bir algı yönetimi sürecinin sırasında, yürütülen politikalar ve operasyonlar meşrulaştırılmaktadır. Örneğin; terör, yasadışı göç, insan kaçakçılığı, uyuşturucu ticareti ve örgütlü suçlar gibi çok boyutlu ve karmaşık suç türleri gerek ulusal gerekse uluslararası güvenlik açısından öncelikli sorun alanlarını oluşturmaktadırlar (Özer, 2012, s. 172). Hem güvenlik sorunlarının çözüm yolları hem de algı yönetim faaliyetleri ve araçları konusunda tarihte en önemli dönüm noktalarından birisi, 11 Eylül 2001 tarihinde Radikal İslamcı Grup El- Kaide'nin ABD'de Dünya Ticaret Merkezi (İkiz Kuleler) ve Pentagon Binası'na (ABD Savunma Bakanlığı Karargahı) yapılan saldırıların olduğu söylenebilir. Bu saldırılar sonrasında, bilinen güvenlik önlemlerinin yetersiz kaldığı, farklı yollara başvurulması gerektiği ortaya çıkmıştır. Yaşanan terör eylemi sonucunda; ulusal düzeyde huzur ve istikrarın sağlanması, uluslararası barış ve güvenlikle ilişkili hale gelerek, iç güvenlik alanında tehdit kavramı ve algılamaları hızla değişikliğe uğramış (Özer, 2012, s. 172) ve ABD algı yönetimi için en fazla bütçe ayıran ülke olarak ulusal ve küresel mecrada yerini almıştır. Algı yönetimi stratejileriyle “inşa edilmiş korku ya da tehditler”in çoğu zaman gerçek korku ve tehditlerin önüne geçtiği kabul edilebilir. Böylesi bir algı yönetimi stratejisi ile amaçlanan; güvenliğin siyasal bir araç haline getirilmesi ve bu araç vasıtasıyla çeşitli siyasi

kazanımlar elde edilmek istenmesidir (Karabulut, 2017, s. 118). Bugün, iletişim ve bilgi teknolojisi asıl savaşların merkezi halini almıştır. Casus uydular, hayalet uçaklar, uzaktan kontrol edilen füzeler, televizyonlar ve radyo istasyonları, mobil iletişim sistemleri gibi geniş kapsamlı teknolojik araçlar askeri ve politik güç için oldukça önemlidir.

Algı yönetiminde en önemli unsur iletişim ve iletişimi yönetmektir. Hatta algı yönetiminin başlı başına ikna üzerine kurulmuş bir iletişim disiplini olduğu da söylenebilir. Bireyler yaşamlarını sürdürebilmek için çevresinden bilgi almak zorundadır; bu iletişim sürecinde bilgi, düşünce ve tutumların aktarılmasıyla, belirli bir insan topluluğu içinde, benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratılabilecektir (Özerkan & İnceoğlu, 1997, s. 25). Teknolojinin gelişimiyle paralel bir ilerleme gösteren iletişim teknolojileri, toplumun bilgiye, habere ulaşmasını sağlayan araçları da çoğaltmıştır. İletişim süreci ve unsurları şu şekildedir:



*Şekil 1: İletişim Süreci ve Unsurları*

Kaynak yani mesajı gönderen iletişim kanalları aracılığıyla mesajını hedef kitleye göndermektedir. Burada önemli olan üç nokta vardır: Birincisi, kaynağın kanala gönderdiği mesaj ve kanal aracılığıyla alıcıya iletilen mesaj. Algı yönetimi sürecinde, mesaj alıcıya ulaşana kadar kaynağın ve kanalın aracılığıyla değişikliğe uğrayarak, hedef kitlenin algısını değiştirmek amacıyla manipüle edilmektedir. Kaynağın kanalla ilişkisinin de oldukça önemli olduğu bu süreçte, mesajlar birçok filtreden geçerek alıcıya ulaşmaktadır. Kaynak ve

kanalın amaçları doğrultusunda değiştirilmiş, yönlendirilmiş, yorumlanmış yeni bir gerçekliğin yaratıldığı bilgiler alıcıya gönderilmektedir. Alıcı ise bu veriler ışığında oluşan algıları sonucu kendine ait yeni bir gerçeklik üretmektedir. Eğer başarılı bir algı yönetimi süreci ise alıcı, kaynağın hedeflendiği yönde algı ve ardından eylemlerini oluştururken; başarısız bir süreç ise hedeflenenin tersi bir algı yaratabilir ya da alıcı mesajı hiç algılamaz. İkincisi, kaynak ve alıcı kadar mesajın gönderildiği kanal, algı yönetimi için stratejik bir öneme sahiptir. Kullanılan kanal, kanalın hitap ettiği kitle, biçimsel özellikleri, hitap edebildiği duyular vs. hepsi ayrı bir değere sahiptir. Aynı mesaj her kanal için farklı iletilmekte ve her kanalın kendine özgü özellikleriyle alıcı üzerinde çeşitli etkileri vardır. Etkili bir süreç için kaynaktan alınan mesajların alıcıya bozulmadan iletilmesidir. Üçüncü ise alıcının kaynağa geri bildirimidir. Yukarıda bahsedilen algı yaratma sürecinde ne aşamada veya başarılı/ başarısız olup olmadığı alıcının verdiği tepkilerle ölçülebilir. Teknolojinin gelişimiyle beraber, anlık geri bildirimler takip edilmektedir. Geri bildirimin olmaması, alıcıya gönderilen mesajın nasıl ve ne yönde algılandığına dair bilinmezliğe sebep olur. Bu nedenle, özellikle kaynak için geri bildirim algı yönetimi politikalarının uygulanması, gelişimi ve ölçümü için oldukça önemlidir. Geri bildirim, mesajın anlaşılıp anlaşılmadığını göstermektedir.

Alıcılar, kaynağın göndermiş olduğu mesajların hepsini algılamaz; kimi zaman mesaj dikkatini çekmezken kimi zaman mesajların belirli kısımları dikkatini çekerek algılamaktadırlar. Alıcılar, yaş, eğitim, kültür, sosyo-ekonomik özellikleri gibi birçok unsura bağlı kalarak, görüşlerine uygun iletişim kanallarını seçmekte ve takip etmektedirler. Bu nedenle, algı yönetimi faaliyetleri için -özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte- birden fazla iletişim aracı kullanılmaktadır. Böylelikle kaynağın iletmış olduğu mesajı, görme ve algılama ihtimali de artmaktadır. Birden fazla aracın kullanılmasıyla hedef kitle sürekli olarak aynı mesajlara maruz kalacak ve

farkında olmadan mesajın içeriğine yönelik algı oluşturacaktır. Ancak burada önemli olan algı oluşturmak değil, istenilen algıyı oluşturmaktır. Bilinçli olarak, kendi seçmiş olduğu kanallar aracılığıyla kaynağın gönderdiği mesajları dikkate alan alıcının algısı pekişmektedir. Algı yönetiminin en önemli aşaması ve aracı olan iletişim sürecinde aksaklıkların olması durumunda ise, (mesaj akışında meydana gelen gecikmeler, yanlış anlamalar, mesajın açık olmaması ya da algılanmaması, sembollerin anlaşılabilmesi ya da geri bildirimin olmaması vb.) kişiler veya gruplar olayları farklı yorumlayabilir ve bunun bir sonucu olarak da istenilenden farklı davranışlar içerisine girebilir (Bakan & Kefe, 2012, s. 26). Dış politikada hedeflere ulaşılması için en önemli iki unsur güven ve saygı olup, bu bir süreç gibi yönetilebilir. Yapılması gereken üç şey vardır; fikirler ile savaşacak bir ideoloji ya da düşünsel çerçeve oluşturmak, uygun iletişim kanalları ile işbirliği için uygun bir dünya (alternatif vizyon) sunmak ve karşıt hareketler oluşturmak ve (perde arkasından) desteklemek (bu destek için ülkede ve mahalde gerekli kurguyu sağlamak) (Yılmaz, 2017, s. 66).

### **2.1. İletişim Kuramları Bağlamında Medya Aracılığıyla Küresel Gündem İnşası ve Kamuoyu Oluşturma**

Günümüzde medya, yalnızca haber aktaran bir araç olmaktan çıkmış, küresel ölçekte gündem inşası ve kamuoyu oluşturma süreçlerinde merkezi bir rol üstlenmiştir. İletişim kuramları, medyanın bu gücünü anlamaya yönelik teorik çerçeveler sunarken, özellikle haberlerin seçimi, sunumu ve ideolojik yapısı aracılığıyla toplumsal algıların nasıl şekillendirildiğini açıklamaktadır. Bu bağlamda medya, küresel meselelerin önceliklendirilmesinden, belirli düşünce ve ideolojilerin yaygınlaştırılmasına kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Küresel iletişim ağlarının gücü, yalnızca bilgi akışını kontrol etmekle kalmaz, aynı zamanda

bireylerin ve toplumların dünya görüşlerini biçimlendiren önemli bir mekanizma olarak işlev görür. Bu doğrultuda, medya aracılığıyla gündem inşası ve kamuoyu oluşturma süreçleri, iletişim kuramları ışığında incelendiğinde, modern toplumların düşünsel yapısını şekillendiren önemli bir güç olarak öne çıkmaktadır.

### 2.1.1. Medyanın İnşa Gücü ve Kamuoyu Oluşturma

İnşacılık (konstrüktivizm), siyasette kurumların ve aktörlerin etkileşim içinde olduğu odaklanırken, devlet, kimlik ve çıkarların karşılıklı olarak birbirini etkilediğini ve biçimlendirdiğini de belirten bir uluslararası ilişkiler teorisidir. Alexander Wendt, insanlığa ait yapıların ortak düşüncelerle şekil aldığını, aktörlerin kimlik ve çıkarlarının da bu ortak düşünceler tarafından inşa edildiğini söylemektedir (Wendt, 2012, s. 15). Aktörler tarafından paylaşılan düşünce ve değerler toplumsal ve siyasal yapı üzerinde etkiye sahiptir.

Soğuk Savaş'ın sona ermesi yepyeni bir dünya düzenini ortaya çıkarmıştır. Ancak böyle bir değişimle, değişimin getirdikleri-getireceklerine dair öngörülerini zorlaştırmasının yanı sıra devletlerin (ulusların) kimlik ve aidiyetlerine dair soruları da beraberinde getirmiştir. Gelişen olayları, yeni dünya sisteminin açıklanması ve geleceğe dair çıkarımların yapılmasında neo-liberalizm ve neo-realizm yetersiz kalmış ve inşacı bakış açısı ortaya çıkmıştır. Katzenstein'in *The Culture of National Security* başlıklı kitabı gibi bir dizi kritik alanda dillendirilen neo-realist iddialara meydan okumuş, kimliğin ve normların devletlerin çıkarlarını biçimlendirdiğini ortaya atarak, bunların birlikte daha geniş bir şekilde ele alınması gerektiği de belirtilmiştir (Baylis, Smith, & Owens, 2021, s. 262).

Konstrüktivizmde temel nokta gerçekliğin sosyal inşası olup, aktörlerin, kimliklerin ve çıkarların toplumsal olarak inşa edilmesi ve toplumsal unsurlar tarafından yaratılmasıdır.



Bu anlayışa göre inşa süreci doğal bir oluşum değildir. Aksine yetiştirilen, şekillendirilen “in-organik” kimlik ve çıkarlar söz konusudur. Örneğin; bir ulusun kimliği, onların çıkarlarını biçimlendirirken davranışlarını da etkilemektedir. Bireyler sosyal gerçekliklerle beraber kendi gerçekliklerini de inşa etmektedirler. Bu iki süreçte bilgi en temel yapı taşıdır. Kavramlar, sınıflandırmalar, kurallar, imajlar gibi çok sayıda bileşeni içeren bilgi, bireylerin hem kendi hem çevresine dair gerçekliğini oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Yapılandırılmış gerçeklik, sıklıkla toplumsal olgular kavramıyla ilgili olan objektif gerçeklik olarak görünür. Varlığı ortak kabule bağlı olan ve olmayan şeyler vardır: Kayalar, çiçekler, yerçekimi ve okyanuslar gibi insanın varlığı ve inşası dışındaki kaba olgular ortak kabulden bağımsız bir şekilde var olurlar ve insanlar yok olsalar ya da onların varlıklarını inkar etseler de var olmaya devam edeceklerken; öte yandan, para, mültecilik, terör, insan hakları ve egemenlik toplumsal olgular ortak kabule bağlıdır ve kanıksanmışlardır (Baylis, Smith, & Owens, 2021, s. 265). Bu ortak kabuller ise bireylerin dünyayı ve çevresini anlamlandırmasına yardımcı olurken, algısını da biçimlendirmektedir.

Gerçekliğin toplumsal inşasına dair ilişkili kavram, meşruiyettir. Meşruiyet, en küçükten en büyüğe (devletler, uluslar gibi) kadar oldukça önemlidir. Meşruiyetin sağlanması ekonomik, sosyal ve siyasi olarak kararların desteklenmesinde ve karşı hareketlerin en az şekilde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu noktada toplumsal gerçekliğin inşası önemlidir. Alexander Wendt’in (1992) “anarşi devletlerin yaptığı şeydir” iddiası buna örnektir. Devletlerin anlayışına göre “anarşi” kavramına yüklenen anlam da değişmekte, algılarla biçimlendirilen sosyal gerçekliğin bir sonucudur.

İnşacılık, temelde (sosyal) gerçekliğin ve bilginin (sosyal) inşa edildiğini ifade eden genel bir bakış açısı olup; maddi unsurların önemini yadsımaksızın, sosyal dünyanın oluşmasında ve ortaya çıkmasında düşünsel unsurların ortaya

çıkarıcı ve kurucu rolüne vurgu yapmakta, özellikle toplumsal nitelik kazanmış düşüncelerin, bilincin, algıların, kimliklerin, kuralların ve normların dünya politikasındaki rolüne dikkat çekmektedir (Küçük, 2019, s. 364). Sosyal inşa sonucunda sosyal gerçeklikler ortaya çıkmaktadır. İnşacıların da vurgu yaptığı gibi bu gerçeklikler maddi unsurlar gibi aktörlerini kimliklerini ve menfaatlerini etkilemektedir.

Realizm ve Liberalizmin aksine, inşacılık hiçbir şeyin insan algıları, kimliği ve inançlarından bağımsız olamayacağını iddia ederken; bireylerin kendi algılarıyla inşa ettiği sosyal gerçeklikler ise objektif değil, kendilerinin inşa ettiği öznelarası (intersübjektif) yapılarıdır (Gülmez, 2022, s. 83). Ülkelerin dost-düşman eğilimleri, bu toplumsal algıların yönlendirmesine örnektir.

*“İnşacı yaklaşım, ‘fiziksel gerçeklik’ ile ‘sosyal gerçeklik’ arasında bir ayrımı gider. Askeri güç gibi gözlemlenip ölçülebilen fiziksel gerçeklik, tek başına uluslararası ilişkileri açıklayamaz. Çünkü ona yüklediğimiz anlam, yani sosyal gerçeklik, fiziksel güce bir anlam ve değer yükler. Kanada’nın, Kuzey Kore’nin nükleer gücünü tehdit olarak algılaması, buna rağmen ABD’nin nükleer silahlarını aynı şekilde algılamaması buna örnektir. ABD, Kanada’nın müttefikidir, bu nedenle bunun kendisine yönelik kullanılmayacağını düşünür. Bakıldığında, ABD Kuzey Kore’den daha fazla nükleer silaha sahiptir. Ancak Kanada buna rağmen Kuzey Kore’yi çok ciddi bir tehdit olarak görmektedir”* (Gülmez, 2022, s. 85).

İnşacılık ve medyanın bağlantısı da burada kurulmaktadır. Medya düşünsel yapının, toplumsal kimliğin ve ideolojik hegemonyanın inşa edilmesinde ve yayılmasında etkili bir rol oynamaktadır. Geçmişten günümüze dikkate değer bir etkiye sahip olan medya, günümüzde teknolojik olarak bulunduğu nokta ve sosyal medya ile aktörlerin kimlik ve çıkarlarının inşa sürecinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Medya; kimlik ve çıkarların biçimlendirildiği, toplumsal düşünsel ve bilinçsel yapının politik, ekonomik, ideolojik ve sosyal

açıdan inşa edildiği süreçte kolaylaştırıcı ve meşrulaştırıcı bir konuma sahiptir. Kitle iletişim araçlarının ve içeriklerinin çeşitliliği, onu toplumun neredeyse tüm kesimine hitap etmesini sağlamaktadır. Bu özelliği ise medyayı toplumsal inşa sürecinin en önemli parçası haline getirmektedir.

Althusser, “kapitalist sömürü ilişkilerinde yer alan” ve egemen ideolojinin inşasında ve yayılmasında etkili olan ideolojik aygıtlardan bahsetmiştir. Hükümet, ordu, polis, hapisane, mahkemeler gibi her zaman fiziksel olmasa da şiddet temelli baskıcı devlet aygıtlarıyla aynı şey olmadığını söylemiştir. Devletin ideolojik aygıtlarından bahseden Althusser’e göre baskıcı olmayan kurumlar şu şekildedir: Din, okul, aile, hukuki, siyasal, sendikal, kültürel ve haberleşme DİA’sıdır (Althusser, 2015, s. 50-51). Althusser, egemen ideolojinin üretilmesinde, benimsenmesinde ve yayılmasında etkili olan araçlar içerisinde medyaya da yer vermiştir. Medya toplumsal yapının inşasında özellikle bu yönüyle etkili olurken, iktidarlar tarafından toplumu yönlendirmek ve şekillendirmek için bu inşacı özelliğini kullanmaktadırlar.

Medya şirketlerinin, güç hiyerarşisinde üst noktalarda bulunan liderlere ait olması ve bu noktada bulunan seçkinlerin hakimiyetini de beraberinde getirmektedir. Bu hakimiyet sonucunda amaçlanan ideolojik hegemonyalar düşünsel inşa sürecini başlatmaktadır. Buradaki hegemonya zora ve baskıya dayalı bir süreci değil, yönlendirmelerle hakimiyet kurmayı kapsamaktadır. Medya da bu hegemonyanın kurulmasına aracılık eden aygıtlar arasındadır. Gerek ulusal gerekse uluslararası medya şirketlerinin büyüklüğü beraberinde doğru orantılı olarak politik gücü ve etkiyi de beraberinde getirmektedir. Özellikle uluslararası yayın yapan ve dünya gündemini belirlemede diğer ülkelerin medya organlarını etkileme gücüne sahip olan uluslararası medya “markaları” ise bu politik etkiye farklı bir boyut katmaktadır. Sadece iç kamuoyunu değil, uluslararası kamuoyunu da etkileme gücüne sahiptir. Medyanın küresel algı yönetimindeki rolü bu noktada

ortaya çıkmaktadır. Medya holdinglerinin büyüklüğü, etki gücü ve küresel çaptaki rolü, onun bağımsız ve kamu yararını gözettiği anlamına gelmemektedir. Aksine bu büyüklük ve etki gücü onun siyasete bağımlılığını arttırmakta; büyük medya holdinglerinin, gücünü koruyabilmesi için siyasi desteğe ihtiyaçlarını da beraberinde getirmektedir. Buradaki siyasi destek ise daha çok hükümet desteği anlamına gelmektedir. Bu desteği sağlamak için medya ürünlerinin birçoğunda iktidarın söylemleriyle uyumlu veya iktidarın onayladığı haberler dolaşıma sokulmaktadır. Bu süreçte istisna durumlar, alternatif mecralar, muhalif haber yayınları da mevcuttur. Ancak uluslararası medya holdinglerinin söylemlerinin mevcut iktidar grubunun söylemleriyle ve politikalarıyla paralel olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Demokrasinin varlığını, demokratik yönetimin sürdürülmesi ve başarılı şekilde devam etmesi kamunun, vatandaşların bilinçli, bilgi ve fikirlerinin gelişmiş olmasına da bağlıdır. Bilgili ve bilinçli bir toplum demokratik yapıların en önemli parçalarından biridir. Özellikle günümüz teknolojilerine bakıldığında, geçmişten bugüne medya toplumsal fikirlerin, bilincin ve hatta kimliğin gelişmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır.

Medyanın ekonomi politiği, sermaye yapısı/bağımlılığı, finansal ilişkileri medyanın kendisinden beklenen işlevleri yerine getirmesini zorlaştırır, hatta çoğu zaman tamamen farklı yönde işlevler geliştirmesine neden olur. Özellikle etik açıdan çok büyük sorunlara yol açan bu yapılar medyanın özelliklerini, rutinlerini, amaçladıklarını belirlemektedir. Tüm bunlara dikkat çeken ekonomi politik yaklaşım sermaye yapısının, medya organlarının satın alma yoluyla sahiplik yapısının değişmesi, medya sahiplerinin kar amaçlı çıkar ilişkileri ve mülkiyet sorunlarına değinirken, bu noktada kurulan ekonomik ve politik ilişkilerin medyanın asıl işlevlerine olan etkisini vurgulamaktadır.

Kapitalizmin getirdiği kazanç amacı, aslında medya organlarının daha özgünleşmesini, düşünceleri özgürce ifade edilebildiği bir alan yaratmak yerine, çıkar ilişkileri ve ömrünün uzun olması arzusuyla ürünlerin içeriğinin birbirine benzemesinin yanı sıra dışlanmak ve ilişkilerinin koparak maddi kazancına zarar gelme korkusu sebebiyle alternatif fikirleri, toplumun benimsediğinden farklı görüşleri paylaşamamaktadır. Yani kar amacı; benimsenme, talep edilme, toplumda hakimiyet (kendi alanında) kurma isteği medya şirketlerinin ortaya koyduğu ürünlerin birbirine benzemesine sebep olmaktadır. Farklı ürünler ortaya koyanlar çoğu zaman alternatif, muhalif, azınlık ve hatta marjinal kategorisine koyulmaktadır.

Medya üzerindeki denetim ve baskı -özellikle ekonomik baskı- medyanın belirli bir seçkin grubun kontrolüne geçmesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda eleştirel görüş ve yorumların sınırlanması, filtrelenmiş haberler, kontrolsüz tekelleşme, güç ve etki eşitsizliği, farklı fikirlerin marjinalleşmesi gibi sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Seçkin sınıfın hakimiyeti, etik, ekonomik, politik birçok sorunu medyanın alanına taşımaktadır. Kamuoyunu etkilemek ve yönlendirmek gibi bir güce sahip olan medya, habercilik “endüstrisi”ne dönüşmüştür. Toplumlara yönlendirme, düşünceleri ve algıları etkileyen bu endüstrinin ortaya çıkardığı ürün ise sanayi ürünü değil, sosyal ve politik ürünlerdir. Siyasetin en büyük kaynağı ve aracı, güçlerini ve sermayelerini korumak ve geliştirmek isteyen medya holdingleridir. Özellikle yeni teknolojilerle birlikte, medya birçok farklı türle değerler ve fikirler üzerindeki gücünü genişletmeye devam etmektedir. Medyanın gündemi belirleme ve kamuoyu oluşturma gücü, medya üzerinde kurulmak istenen hakimiyetin en önemli sebebidir.

### 2.1.1.1. Kamuoyu Kavramı ve Kamuoyu Çalışmalarının Gelişimi

Kamuoyu kavramı, birçok alana konu olmasına rağmen kavramın net bir tanımı konusunda görüş birliği sağlanamamıştır. Sözcüğün kökenleri Antik dönemlerden günümüze farklı ve benzer kullanımlarıyla gelmiş olup, günümüzde özellikle siyasal dinamiklerin yanı sıra farklı güç unsurlarının önemli parçası halini alarak farklı tanımlar geliştirilmiştir. Kamuoyu kavramını ilk kez 1741’de “halkın düşüncesi” anlamında İngilizler kullanmış olup; Fransa’da ise ilk kez 1744’te Rousseau tarafından “toplumun tavrı” anlamında kullanılmış; 18. ve 19. yüzyıllarda belirginlik kazanmaya başlayan sanayileşme, kentleşme, demokratikleşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, okur yazar oranlarının artması ile çağdaş kamuoyu olgusunu da beraberinde getirmiş; 20. yüzyılın başlarında ise bilim insanlarının üzerinde tartışmaya başladıkları önemli bir konu haline gelmiştir (Atabek, 2002, s. 224). 19. ve 20. yüzyılda ülkelerdeki demokratik gelişmeler ve genel oy hakkının tanınmasıyla, halk hükümetler üzerinde ve dolayısıyla ülke yönetimlerinde söz sahibi olmaya başlamıştır. Bu gibi gelişmelerin ardından -özellikle demokratik ülkelerde- hükümetlerin politika ve stratejilerini planlamasında halkın görüşlerinin dikkate alınması da beraberinde gelerek, kamuoyu ve kamuoyu oluşturma gibi olguların önemi her geçen dönem artmaya başlamıştır.

Kamuoyunun karakteri, kökenleri, bireysel ve grup zihnini oluşturan faktörler anlaşılmalıdır. Kamuoyu, değişken ve değiştirilebilir bireysel yargılar grubunu tanımlamakta ve herhangi bir toplumu veya topluluk grubunu oluşturan bireysel görüşlerin toplu sonucudur. Ortalama bir bireyin bilişsel donanımı, günlük fiziksel veya zihinsel yaşamını etkileyen konuların çoğuna ilişkin bir dizi yargıdan oluşur. Bireyin günlük varlığının temeli yargılardır ve çoğunlukla araştırma ve mantıksal çıkarımlardan daha çok aile, okul,

ibadethane, siyasi veya sosyal kanaat önderleri, liderlerinin yargılarından alınmış, kısmen dogmatik de olabilecek ifadeler bütünüdür.

Bernays şu soruyu sorar: Kamuoyu dirençli midir yoksa şekillendirilebilir mi? Kamuoyu, propagandanın ürünü olduğu kadar üreticisi de olabilir. Doğal olarak fikirlerin söz konusu olduğu yerlerde, halkın zihin durumuna ve kökenine yönelik eleştiriler, çoğunlukla kabul edilen bakış açısına sempati duymayan gruplardan gelmektedir. Bir nevi kamuoyundan hakim görüş ve fikirler, toplumu yönlendirme için üstü kapalı ama baskın bir rol oynayarak “propaganda” üreticisi olabilirler (Bernays, 2015, s. 63). Ancak bu fikre karşılık olarak da bahsedilen aygıtlar toplumda istenilen tutum ve davranışları değiştirebilmek, kamuoyu oluşturmak için de faaliyet yürütmektedir. Buna göre, dönemin şartları ve gerektirdiklerine bağlı olarak, karşılıklı etkileme ve etkilenme süreci olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Kamuoyunun değişime dirençli olduğunu yoksa şekillendirilebilir mi olduğu sorusu en iyi kamuoyu ve medya ilişkisini inceleyerek verilebilir. Günümüzde medyanın özellikleri çok sayıda insana ulaşma ve çeşitli kanallarla kamuoyunun dikkatini çekme, etkileme ve şekillendirme açısından onu en önemli aracı kılmaktadır.

Medya ve kamuoyuna ilişkin iki görüşten bahsetmek mümkündür. Bu görüşlerden biri, medyanın yalnızca yerleşik kamuoyunu kabul ederek yansıttığı ve yoğunlaştırdığı, kamuoyu görüşlerinin tekdüzeleştirdiğinden sorumlu olduğudur. Bir diğer görüş ise medyanın diğer aygıtlar gibi kamuoyunda değişiklik yaratabileceği ve yönlendirebileceğidir. Her iki görüşün de aslında doğru olduğu söylenebilir. Medya, özellikle ekonomik temelli siyasi ilişkileri sebebiyle, kimi zaman var olan kamuoyunu destekleyerek güçlendirmekte kimi zamansa yeni bir kamuoyu yaratmaya çalışarak çıkarları korumaktadır.

Geçmişten günümüze toplumsal olaylara makro ve mikro düzeyde bakıldığında, medyanın bu hareketlerdeki rolleri incelendiğinde, değişime dirençli kamuoyunu yönlendirdiği, çok sayıda siyasi, dini ve sosyal hareketlerde kamuoyunu değiştirmek için kullanılan algı yönetimi araçlarının başında geldiğini görmek mümkündür. Kamuoyu siyasal bir güçtür, yani kamuoyunun siyaset ve karar alma mekanizmaları üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Hükümetler politikalarını kamuoyunu da dikkate alarak oluştururken, bu politikaların başarılı olması içinde yine kamuoyunun desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Serbest bir kamuoyu oluşması için fikirlerin özgürce açıklanması yayılması ve tartışılması gerekmektedir. Başarılı bir kamuoyu oluşturma ve bu desteği almak hükümetlerin siyasi, askeri, ekonomik ve sosyal politikalarını sürdürmelerini sağlamaktadır. Özetle kamuoyu kavramı siyasal sürecin işleminde en önemli unsurlardan birisidir. Kamuoyu hem karar alma sürecini etkilerken hem de bu süreçten sonrasını denetleme özelliğine sahiptir.

Kamuoyu kısaca “hakim olan kanaattir” (Kapani, 1989, s. 147). Kamuoyu toplumun tamamını kapsayan görüş olarak düşünülmemelidir. Kimi zaman toplumda azınlıkta kalan ancak toplum üzerinde baskı yaratabilecek ya da etkili bir grubun da kanaatleri olabilir:

- Fikirlerin sağlam temellere oturtulması,
- Görüşün açıkça ne olduğunun ifade edilmesi,
- Kolektif alanlara taşınarak birbirleriyle etkileşim içinde olunması,
- Medya gibi kitlesel alanlara ulaşarak yayılma potansiyeline sahip olması gerekmektedir.

Buna göre toplumun çoğunluğu tarafından desteklenen bir fikir sağlam bir temele sahip değilse, açıkça ifade edilmez ve dayanışma oluşturulamazsa, yukarıdaki özelliklere sahip azınlık grubun görüşleri karşısında etkisiz hale gelmektedir.



Kamuoyu aslında büyük bir süreçtir. Oluşması, şekillenmesi, yayılması ve karar alma mekanizması içinde etki gücüne sahip olması gibi geçirdiği aşamalar ve bu aşamaların kendi içlerinde ayrı bir sürece sahip olması kamuoyunun karmaşıklığını göstermektedir. Bu nedenle iktidar ve çıkar grupları, tüm aşamalarda varlığını göstererek bu oluşma sürecini etkilemeyi amaçlamaktadır. Hakim ve baskın görüş olması sebebiyle çıkar gruplarının kamuoyu üzerinde etki sahibi olma arzusu için yeterli bir sebeptir.

Kamuoyu, siyasi kararlar üzerinde bir baskı ve denetim gücüne sahiptir. Hükümet, siyasi iktidar kararlarını bunu görmezden gelerek veremez, verse dahi sürdürülebilir olması oldukça zordur. Bu iktidarın başarısız olması anlamına gelmektedir. Çünkü siyasi iktidarın varlığının devam etmesindeki kilit nokta politikalarına toplum tarafından destek verilmesidir. Bu ancak kamuoyunun iktidar lehine oluşturulmasıyla mümkündür. Kamuoyunun siyasi iktidar ve karar alma sürecinde bu değeri, onun yönlendirmesi, etkilemesi gerekliliğini ortaya koymuştur. İç ve dış politikada atılan her adım kamuoyunun desteğinin alınmasıyla başarılı olmaktadır.

Eski çağlarda kamuoyundan veya buna benzer kavramdan söz etmek mümkün değildir. Bu dönemlerde halk pasif ve değeri olmayan bir insan topluluğudur. Bunun nedeni ise halkın isteklerine cevap ve önem vermeyen, kendisini ilahi bir gücün aracısı olarak gören krallar tarafından yönetilmeleridir. Gücü ve kendisi kutsal olan kral için halk ve halkın görüşleri de önemli görülmemektedir.

Antik Yunan site devlet yapısı ise kamu kavramı için oldukça önemlidir; bu site devlet yapısında, köle ve yabancılar haricindeki vatandaşlar oy kullanabilmekte ve böylece siyasal katılımı rol oynamaktadırlar. Vatandaşlar, devletin iç ve dış ilişkilerine dair görüş geliştirmekte ve bunları toplumsal olarak bir araya getirerek ortak bir kamu ifadesine

dönüştürmektedirler. Bu dönemdeki kamu katılımının varlıklı ve belirli şartları yerine getiren vatandaşlarla gerçekleşmesi sebebiyle sınırlı olduğu söylenebilir. Bu kamusal yaşam veya kamu katılımı “agora” adı verilen, şehirle ilgili siyasi, dini ve ekonomik faaliyetlerin sürdürüldüğü ve görüşlerin sunulduğu forumlardır, günümüzdeki forumların öncülü olarak da gösterilebilir.

Roma Dönemi’ne gelindiğinde de benzer bir agoradan bahsetmek mümkündür. “Forum” adını alan bu mecralarda, agoralar gibi kamusal faaliyetler sürdürülmektedir. Güçlü bir haberleşme ağına sahip olan Roma’da haberler bu alanlarda yayılırken, devletin senato kararları da halka buralarda açıklanmaktaydı. Roma İmparatorluğu’nun yıkılması ve totaliter sistemlerle birlikte skolastik düşünce ve dogmaların hakimiyetinin başlaması sonucunda kamuoyu olgusunun ortadan kalkmasıyla kamuoyunun siyasal gücü de ortadan kalkmıştır.

16. yüzyıla gelindiğinde ise Avrupa Kıtası’nda Reform ve Rönesans hareketleri ile kilisenin gücünü yitirmesi ve skolastik düşünce yapısının yenilmesi ile kamuoyu kavramı tarih sahnesinde yeniden kendini göstermiş; siyasetten edebiyata kadar birçok alanda tartışılan, yer verilen bir olgu halini almıştır. Machiavelli, Prens adlı eserinde halkın gücünün hafife alınmaması gerektiğini, halkın desteği olmadan prensin başarılı olamayacağını ve prensin halkın sevgisine kesinlikle ihtiyacı olduğunu; aksi durumda, yani onun düşmanlığında başvurabileceği bir çaresi olmadığını belirtmiş; en iyi kalenin halkın desteği olduğunu, bu nedenle halkın nefretinin çekilmemesi gerektiğini söylemektedir (Machiavelli, 2008, s. 125).

17. ve 18. yüzyıllar ise kamuoyunun yeniden sahneye çıktığı, özgürleştiği ve varlığını kuvvetlendirmeye başladığı çağlar olmuştur. Toplumsal, siyasal ve entelektüel kuvvetler hiyerarşisi; mutlak siyasal, dinsel ve ekonomik gelenekler ile

kapalı feodal toplumu zayıflatmaya ve değiştirmeye başlamış, kamuoyunu özgürleştirmiş ve yeni öge haline gelmesini sağlamış; feodaller, kentsoylular arasındaki sınıf mücadelesi, toplumsal hareketlilik ve nüfus değişimi, sivil ve politik savaşlar, parlamento ve monarşi arasında güç çatışması, teknik, entelektüel ve iletişim alanındaki gelişmeler, 17 ve 18. yüzyıllarda demokratik ve hümanizma ideolojisinin faydacı ve akılcı felsefesinin üzerinde geliştiği tabanı oluşturmuşlardır (Bektaş, 2013, s. 17). Böylelikle kamuoyuna yönelik araştırmalar ideolojik ve politik unsurlar çerçevesinde şekillenerek güçlenmeye başlamıştır. Kısaca, kamuoyu kavramının bu dönemde ön plana çıkmasının altında yatan sebeplerin liberalizm ve insan haklarının gündeme gelmesiyle birlikte kişi hak ve özgürlüklerinin önem kazanarak birey ve toplum fikirlerinin değer görmeye başlaması ve bunun aksini niteleyen otoriter rejimlerin parçalanmasının olduğu söylenebilir. Ancak, 18. yüzyılda sınıf ayrımları sebebiyle, kamuoyu görüşü olarak nitelendirilebilecek düşünceler de sınıflara, ırka, dine göre farklılık göstermekte iken; ulaşım ve haberleşme imkanlarının kısıtlılığı ise yöneticilerin düşüncelerinin toplumun alt katmanlarına iletilmesini ve kamuoyu oluşturulmasını engellemekteydi (Atabek, 2002, s. 229).

Kamuoyu kavramının Batı literatüründe yer alması ise; Fransız Devrimi'nden önce Jean Jacques Rousseau tarafından, kamuoyunu devlet işlerinin/politikalarının oluşturulması, yürütülmesi, denetlenmesi ve yeri geldiğinde eleştirilmesi anlamında kullanmasıyla olmuştur. Rousseau'ya göre, en genel irade en doğru ve adil olan iradedir ve kamuoyu ayrı bir hukuk kaynağıdır. Rousseau, genel iradenin bireysel ve belirli bir objeyi kapsamadığını, onu genel kanı haline getirenin sayılar değil, ortak menfaatler olduğunu söylemektedir (Rousseau, 2016, s. 58-59). Rousseau, yasa koyucunun asıl uğraştığı ve diğer bütün konulardaki başarısının kaynağı olarak gördüğü genel iradenin, her şeyin kilidi olduğunu

savunmakta; genel irade veya hakim varlığın iradesinin daima baskın ve tek düzenleyici olması gerektiğini belirtmiştir:

*“Mermere veya tunca değil de yurttaşların kalbine kazanmış bir kanundur bu: Devletin asıl ana yapısını oluşturan; her gün yeni yeni güçler edinen; öteki kanunlar eskir ya da güçsüzleşirken, onları canlandıran ya da onların yerini alan; bir halkı, kuruluşundaki ruha bağlı olarak muhafaza eden ve hiç belli etmeden, otoritenin kuvveti yerine alışkanlığın kuvvetini koyan kanundur bu kanun. Sözünü ettiğimiz şey örf ve adetler; bilhassa genel kamıdır”* (Rousseau, 2016, s. 84-92).

17. yüzyılda Avrupa’da kahvehane kültürünün ortaya çıkmaya başlaması ve bu kültürün yayılması sonrası 18. yüzyıla gelindiğinde, örneğin, Londra’da sayısı iki bini aşan kahvehaneler; haberlerin toplandığı, yayıldığı ve bunların üzerinden fikir alışverişinin yapıldığı, siyasal tartışmaların gerçekleştiği mekanlar olmuşlardır. Bu kahvehaneler, tartışma ve fikir alışverişinin gerçekleşmesiyle hem bireyde hem de burada bulunan toplulukta belirli görüşlerin oluşmasında etkili olması sebebiyle oldukça önemli mekanlardır. Tüm bunların sonucunda kahvehaneler, kamuoyu fikirlerinin oluştuğu yerler olarak, dönemin aydınlarının da dikkatini çekerek önemli bir sosyal alan haline gelmişlerdir.

18. yüzyıldan önce halkın görüşlerini dikkate almayan ve yönetim, denetim için sert gücü kullanan Avrupa’daki siyasal iktidarlar, 19. ve 20. yüzyıllarda yaşanan demokratik gelişmelerin sonucunda bu tutumlarını değiştirme gereği duymuşlardır (Atabek, 2002, s. 230). 19. yüzyıla gelindiğinde, Marx; kamuoyunun, burjuva sınıfının görüşlerinin tüm toplumun görüşü gibi yansıtmak için bir maske gibi kullanıldığını ve bu nedenle yanlış bir bilincin ürünü olduğunu belirtmiştir. 19. yüzyılın ortalarında temel hak ve hürriyetlerin ciddi olarak yaygınlık kazanmasıyla halkın yargı ve karar merci olması gerektiğini iddia eden görüşler güç kazanmıştır. Siyasal iktidar ve kanun gücünün dahi halkın kanaatlerinin dikkate alınarak şekillendirilmesi gündeme gelmiştir. Bu

dönemde kamuoyu kavramı ile ilgili olumlu ve olumsuz alanda çalışmalar sistematikleşmiştir. İngiltere’de ise önemli çalışmalarıyla kamuoyu kavramını gündeme getiren Jeremy Bentham ise halkı ilgilendiren tüm konu ve sorunlarla ilgili bilgilerin halkın erişimine açık olması gerektiğini savunmuş ve kamuoyunu bir halk mahkemesine benzeterek, devletin tüm hareketlerinin tamamen açık olması gerektiğini, böylece bu kamuoyu mahkemesinin kötü yönetimi engelleyebileceğini ve hukuki reformlar için önerilerde bulunabileceğini belirtmiştir (Speier, 1950, s. 377). Kamuoyunu demokrasinin gücü olarak nitelendirmiştir.

Demokrasi ve ulus egemenliği kavramlarının gelişmesi kamuoyunun önemli bir unsur olarak görülmesini sağlamıştır. Bu dönemde kamuoyunun olumlu yönüne odaklanan ve buna yönelik araştırmaların yanı sıra kamuoyunun negatif ve tehlikeli tarafına da dair görüşlerin ortaya çıktığı çalışmalar da yapılmıştır. Halkın egemenliğini simgeleyen bu kavramın olumsuz tarafıyla ilgili görüşlerin ileri sürülmesi kamuoyu çalışmalarının çeşitlenmesini de beraberinde getirmiştir. Tocqueville çalışmasında, kamuoyu egemenliğinin riskleriyle ilgili görüşlerini bildirmiş ve kamuoyunun çoğunluğun sesi olup, azınlığın görüşlerini sunmaya engel olabileceğini, çoğunluğun görüşlerini yansıtan kamuoyunun bireyleri etkisi altına alarak onları sınırlandırıp ezebileceğini söylemiştir. Tocqueville, demokratik yasaların genellikle bu çoğunluğun sesini referans olarak aldığını ama çoğunluğun yanılabilceğini de belirtmiştir (Tocqueville, 2018, s. 353). Burada çoğunluk mutlak ve karşı konulmaz bir güce sahip olup; bundan ayrılmak istendiğinde yurttaşlık ve insanlık vasfından vazgeçilmesi gerektiğini; bu çoğunluğun mutlak gücün despotizminin sonucunda kaos ortaya çıkabileceğini de söylemiştir (Tocqueville, 2018, s. 391-393).

Tocqueville ile hemen hemen aynı düşünceleri paylaşan John Stuart Mill de kamuoyunu birey ve toplum üzerinde bir baskı olarak nitelendirmiştir. Mill’e göre, halkın iradesi

sayıca güçlü olan veya aktif olan çoğunluğun iradesidir ve bu kesimin diğer kesimlere baskı uygulaması olası bir durumdur (Mill, 2019, s. 16). Mill:

*“Toplum yanlış kararlar verdiğinde ya da karışmaması gereken şeylere karıştığı takdirde en büyük siyasal despotizmden daha ürktücü bir toplumsal despotizme imza atar. ... Toplumsal despotizm hayatın en küçük ayrıntısına kadar nüfuz ederek bireyin ruhuna işler ve kaçış yolu bırakmaz... Bu hakim görüş aynı fikirde olmayanlara zorla empoze edilmekte; toplumun düşüncelerine uymayan her bireyin önü kesilmekte; bütün bireyler toplumun genel kalıplarına uyması için baskı görmektedir”* (Mill, 2019, s. 16-17).

20. yüzyıl ise kamuoyu kavramının araştırıldığı ve farklı akımlarla açıklanmaya çalışıldığı bir dönem olmuştur. Birinci Dünya Savaşı’nı da içine alan yeni süreçte ise klasikleşmiş iki eserden bahsetmek mümkündür: A. L. Lowell’ın *Public Opinion and Popular Government* (1913) ve W. Bauer’ın *Die Öffentliche Meinung und Ihre Geschichtlichen Grundlagen* (1914) adlı çalışmaları, savaş sürecindeki propagandayla ilgili önemli veriler sunmuş ve modern kamuoyu çalışmalarının asıl başlangıcı olarak literatürde yerlerini almışlardır (Bektaş, 2013, s. 28). Bunun devamında ise H. D. Laswell, C. Stuart, F. Tonnies, W. Lippmann ve E. Bernays da hem kamuoyunun propagandayla ilişkisi hem de kamuoyunun kuramsal çerçevesiyle ilgili önemli çalışmalar sunmuşlardır.

1930’lu yıllardan sonra ise savaş, faşizm ve ekonomik buhranlar, kamu desteğinin önemini belirginleştirmiş; Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB), İtalya, Almanya ve ABD gibi ülkeler kamuoyunu iktidar çalışmalarına dahil ederek, propaganda aracılığıyla kamuoyuna müdahalelerde bulunmuşlardır. Savaş ve ekonomik buhran sonrasında, propaganda ve kamuoyu çalışmaları çok büyük bir hız kazanmıştır. Bu konular üzerine çok sayıda çalışma yapılırken, iktidar/güç odakları kamuoyunu etkinliklerinin en önemli parçası olarak görmeye ve yeni stratejiler geliştirmeye devam etmişlerdir.

İkinci Dünya Savaşı sırasında ve neticesinde, kamunun gücü ve kamuoyunun kitle iletişim araçları aracılığıyla propaganda ve iknaya nasıl yönlendirilebileceğine dair ortaya çıkan sonuçlar ve örnekler, başta ABD olmak üzere birçok ülkede çağdaş kamuoyu çalışmalarının artmasını da beraberinde getirmiştir. Özellikle J. Dewey, L.Lowell ve W. Lippmann gibi bilim insanları, kamuoyu ile ilgili günümüzde de geçerliliğini koruyan çalışmalar, araştırmalar yapmışlardır. Özellikle *Public Opinion* (1926) adlı çalışmasıyla Lippmann, çevre/sahte çevre, stereotip, klişe gibi kavramları ve bunların kamuoyuyla ilişkisini değerlendirerek yeni yaklaşımlarda bulunmuştur. Lippmann, kamuoyunu etkileyen çevrenin “sahte çevre” olduğunu (preuda environment), bu sahte çevre kavramını ise gerçeklerle ilişkisini kalmamış/kesilmiş bir yapay çevre olarak nitelendirmektedir. Lippmann kamuoyunun aslında var olmadığını, kamuoyunun “hayalet kamu (phantom public)”dan ibaret olduğunu savunmuştur. Bunun nedenini ise “stereotiplere” ya da basmakalıp fikirlere dayandırarak açıklamaktadır.

Lippmann, bireylerin davranış ve düşünüş tarzının özgün, bağımsız olmadığını, bunların belli kalıplar içerisinde, toplumdaki klişelere dayandırılarak belirlendiğini söylemektedir. Yaşanan tüm olayların bilinemeyeceği ve bireyin kendini tamamen toplumdan izole edemeyeceği bir çevrede/toplulukta yaşayanlar, fikir ve tutumlarını sahte çevrede belirlemekte ve bu sahte çevreyle birlikte bireyin özel dünyasına giren normlar, kalıplar, varsayımlar, amaç ve nedenlerle kamuoyu oluşturulmaktadır. Özellikle siyasal fikirlerin büyük bir kısmı, bireylerin dış dünyadan edindikleri bilgiler ışığında şekillenmektedir. Bireylerin her bilgiye anında ve kesintisiz ulaşamaması ve dünyanın karmaşıklığı, bireyleri kitle iletişim araçları ve başkalarından aldıkları bilgilerle düşüncelerini oluşturmada kaynak olarak kullanmalarına neden olmaktadır. Bu ikinci el kaynaklar her zaman doğru ve güvenilir olmayabileceğinin yanı sıra, bireyin buradan gelen

her bilgiyi doğrulatma imkanı da yoktur. Bireyin buradan almış olduğu yanlış, taraflı ve eksik veriler, onun “klişe”ler adı verilen sınırlı düşünce kalıpları ve yanlış yargılar oluşturmaya yol açmaktadır. Lippmann, halkın rasyonel bir fikir oluşturma şansının olmadığını ve bu nedenle kamuoyu oluşturulurken bazı “kamuoyu oluşturma uzmanları” ya da bazı “kanaat önderleri”nin fikirlerine onay vermek veya vermemekle sınırlı olacağına dair görüş belirtmektedir. Toplumun düzeninin ve bu düzenin devamlılığı olması için eleştirinin önemini vurgulayan Lippmann, halkın kandırılabilmesine, kendisi için neyin iyi olduğunu her zaman bilemeyeceğine dikkat çekmektedir (Lippmann, 1922, s. 257).

#### 2.1.1.2. Kamuoyunun Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Kamuoyunun oluşma süreci yalnızca tek bir neden veya unsur çevresinde gerçekleşmez. Birçok unsurdan etkilenen bu düşünce akışı, kişisel ve çevresel faktörler olarak sınıflandırılacak bir dizi unsurun sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Kişisel faktörler; kanaatlerin oluşmasında psikolojik durum, algılama, inanç ve değer yargıları, önyargılar, geçmiş yaşantı, kişisel gözlem ve bilinçaltı gibi birçok unsuru kapsamaktadır. Kişinin bu kişisel yargı ve tutumları, kamuoyu oluşturma sürecinde ilk aşamadır. Birey, öncelikle bu referanslarla temel bir düşünce oluşturmaktadır. Hatta bu şekillenen temel düşünceyle ilerleyen dönemdeki seçimlerini belirlemekte ve bazı unsurlara/düşüncelere karşı yatkınlığını da etkileyerek, olumlu veya olumsuz tavırlarını da biçimlendirmektedir. Bireyler, çevreden bağımsız olarak ilk davranış ve tutumlarını, karşılaştıkları olay ve durumlara karşı belirlemektedirler. İlk aşamada bunu belirlemenin ardından, bunlara bağlı ve uygun olarak tercihler yapmakta ve sonucunda çevresel faktörlerle birlikte bir görüş ve davranış şekli ortaya çıkarmaktadırlar. Birey ve toplum, bu faktörlerin çerçevesinde bir kamuoyu oluşturarak görüş birliğine varmaktadırlar.



Kamuoyu veya toplumsal/kişisel kanaatler yalnızca bireysel öğelerle oluşmaz. İlk aşamada bireysel unsurların etkisi çok önemli olsa da insan sosyal bir varlıktır ve toplulukla hareket etmektedir. Bu da onu toplumdan ayrı düşünilemeyeceğinin bir kanıtıdır. Birey, kanaatlerini ve buna uygun olan tutumlarını oluştururken çevresel faktörlerden de etkilenmekte ve görüşlerini şekillendirmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında ise birey toplumdan dışlanmamak, yalnız kalmamak adına da çevresiyle uyum içinde olmaya çalışmakta ve çevrenin değer, yargı ve ideolojisine oldukça önem vermektedir. Bireyin içinde doğduğu ve geliştiği toplum, kanaatlerine son şeklini vermektedir. Böylelikle kamuoyunun oluşumu sağlanmaktadır. Bu kamuoyunun oluşumunda toplumsal ideolojiden kitle iletişim araçlarına kadar birçok unsur birey ve kamuoyu için karşılıklı önem taşımaktadır. Burada birbirinden beslenen unsurlar söz konusudur.

- **İdeoloji:** Toplumun benimsemiş olduğu ideoloji, bireyin hem kendi ideolojisini belirlemesinde hem de bu ideoloji etkisiyle topluma ve diğer toplumlara, gelişen olay ve durumlar karşı tutumunu belirlemesinde etkilidir. Buradaki ideoloji yalnızca siyasal ideoloji ya da hükümet ideolojisi olarak düşünülmemeli, toplumun inanç sistemi olarak düşünülmelidir. Kamuoyu oluşumunu etkileyen ideoloji, toplumların değer sistemlerini ve yaşanan durumla olaylara karşı tavrını da belirlemektedir. Toplum ve hükümet ideolojisi hem bireylerin, kamuoyunun tutumunu belirlemekte hem de kamuoyunun tutumundan etkilenmektedir. Bu düşünce ve inanç sisteminde radikalleşme (sertleşme) ya da liberalleşme (yumuşama) olduğunda kamuoyunun tutum ve tavırları da değişiklik göstermektedir. Çağdaş döneme gelindiğinde, basılı kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler, düşünce ve siyasal tartışmaları yaygınlaştırdığı gibi, bu iletişim araçları durum/olay ve düşünceleri sistemli hale getirip, özetleyerek yayınlamaktadır.

makta ve böylece bireylerin düşüncelerini de sistemli hale getirmektedir (Bektaş, 2013, s. 77).

- **Nüfus:** Nüfusun niteliği, niceliği ve nüfus hareketliliği gibi durumları kamuoyunun oluşmasını ve ne yönde gelişeceğini tayin etmektedir. Nüfus hareketlerinin çok yoğun olması, nüfusun niteliklerini ve dinamiklerini de etkilemektedir. Kalabalık bir nüfusun olduğu yerde çok sayıda düşünce, inanç sistemi ve değer yapısı da çok çeşitli olmaktadır. Bu nedenle, bu tür bir toplum daha değişim taraflı ve çok yönlü fikre sahip insan topluluğu bulunmaktadır. Nüfusun yoğunluğunun az olduğu yerlerde ise daha az farklı düşünce ve inanç sistemi olmaktadır. Bu daha belirgin ve stabil bir düşünce yapısının gelişimine neden olmaktadır. Bu iki durumda kamuoyu farklı yönlerde eğilim göstermektedir.

Nüfus hareketlerinin yanı sıra nüfusun eğitim seviyesi, kültür, gelenek-görenek yapısı, yaşam biçimleri de oldukça önemlidir. Nüfus burada sahip olduğu özelliklere bağlı olarak değişim, devrim, devrim ve kitlesel hareketlere yönelik eğilimlerin ne yönde olacağını belirlemektedir. Bunların doğal sonucu olarak kamuoyunun oluşması ya da ne yönde olacağı da değişiklik göstermektedir. Ayrıca, farklı özelliklere sahip toplumlarda yetişen bireyin kendi fikirleri de yaşadığı toplumla ve toplumun beşeri özellikleriyle paralellik göstermektedir.

- **Kültür ve Din:** Kültür toplumların gündelik hayatından siyasal yaşantılarına kadar oldukça etkili bir unsurdur. Bireyler doğdukları, yaşadıkları toplumun kültürünü almakta, benimsemekte ve nesilden nesile aktarmaktadır. Kültür, ideolojiyle oldukça benzer bir güce sahiptir. Birey ve toplum, kültürlerinin etkisiyle yaşam ve değerlerine yön vermektedir. Birey hem

içinde yaşadığı toplumdan dışlanmamak için toplum kültürüne uyum sağlamak hem de değer yargılarını ve tutumlarını isteyerek/istem dışı alarak kültürel normlara bağlı olarak kendisini yönlendirmektedir. Ortak kültüre sahip toplumlarda belirli konularda ortak bir dil, düşünce ve dolayısıyla kamuoyu geliştirilmesi oldukça olağan bir durum olarak nitelendirilebilir. Geçmişten günümüze bakıldığında, kamuoyunun oluşması, o toplumun kültürel değerlerine aykırı olarak gelişmemiştir. Kamuoyu, içerisinde ait olduğu toplumun kültürel kodlarını barındırmaktadır.

Dini inançlara bakıldığında da aynı durum söz konusudur. Dini inançlar kültürel gelenekleri de şekillendirmektedir. Bu nedenle, kültür ve din birbirinden ayrı düşünülemez. Dini buyruklar ve gereklilikler, bireylerin ve toplumların düşünce yapılarını ve davranışlarının üzerinde oldukça önemli bir paya sahiptir. Toplumlari ve kamuoyunu biçimlendirmekte oldukça etkilidir. Burada, din kurumlarının kamuoyu üzerindeki etkisinden de söz edilmesi yerinde olacaktır. Dini kurumlar da zaman zaman belirli çıkarlara hizmet edebilmektedir. Bu nedenle, kendi konumunu ve dini unsurları kullanarak toplum üzerinde bir baskı oluşturarak, kamuoyunu etkisi altına alabilmektedir. Burada bahsedilen baskı yalnızca sert güç olarak düşünülmemelidir. Bu kurumlar; dini unsurları kullanarak, dini duygulara hitap ederek de kamunun duygu ve düşüncelerinin üzerinde etkili olan bir kaynaktır.

- **Gruplar:** Birey, çevresiyle ve çevresinde insan gruplarıyla varlığını sürdürmektedir. Maddi ve manevi olarak insanların, başka insanlara ihtiyaçları olduğunu söylemek yanlış olmaz. Aile, arkadaşlar, resmi gruplar (baskı grupları), siyasal çevre gibi birçok grupla iç içe yaşam sürdürülmektedir. Birey, bir konu hakkın-

da bilgi sahibi olmak ve belirli fikirler geliştirebilmek için çevresine ihtiyaç duymaktadır. Bu durum, onun çevresinden almış olduğu bilgi ve görüşlerin etkisinde kalabileceğini göstermektedir. Ancak ilk olarak aile ve arkadaş grupları, bireyleri an çok manipüle eden, etkileyen kesimdir. Bireylerin düşünce yapıları küçük yaşlardan itibaren gelişmektedir. Yaşam boyunca bunları değiştirebilme imkanlarına sahip olursa da birey ilk evrelerde aile ve daha sonra arkadaş gruplarının görüş ve yorumlarına maruz kalmaktadır. Doğduğu, yetiştiği dönemde bireyin bu gruplara birebir ya da benzer şekillerde düşünce üretmesi ve ilerleyen dönemlerde hemen hemen aynı düşünce yapısına sahip olması oldukça sık rastlanan bir durumdur. Birey farkında olmadan, aynı düşünce yapısına maruz kaldığında ilerleyen dönemlerde de benzer fikir ve tutumlar geliştirmektedir. Hatta, birey kendi gibi arkadaşları tercih etmektedir. Ancak elbette farklı koşullarda ve tercihlerde, yetiştiği çevreden farklı düşünce yapısı da oluşturabilir.

- **Baskı Grupları:** Daha çok bireyin katıldığı resmi ya da bazı sebeplerden ötürü gönüllü olarak katıldığı grupları kapsamaktadır. İş çevresi, vakıflar, sendikalar, kuruluşlarda kurduğu ilişkiler buna örnek verilebilir. Birey, burada uyum sağlamak adına aynı düşünce tutumları geliştirmek durumundadır. Bunu istemsiz olarak da yapabilir. Ayrıca bu gruplar çoğu zaman bir çıkar, güç grubunun bir uzantısıdır. Bu nedenle; bu gruplar, belli amaçlar ve fikirler çerçevesinde hareket etmektedir. Bu da grupta yer alan üyelerin de bu ortama uyum sağlamasını/sağlatılmasını gerektirmektedir. İlerleyen dönemlerde topluluk üyeleri sessiz kalarak, dışlanmamak amacıyla bu politikalara uyum sağlamak zorunda hissetmekte ve bu yönde tutum geliştirmektedir. Bunun aksine birey, bu grupların manipülasyonları sonucunda

aynı düşünce yapısına yönelebilmektedir. Bu grupların üyeleri, kamuoyu oluşturmak için propagandaya maruz kalmaktadırlar. En önemli grup türlerinden olan parti örgütlerinin oligarşik ve hiyerarşik yapısına göre değişik mevkilerde bulunan seçkinlerin kitle kanaatlerinin, ifadeye kavuşmasında oldukça önemli rolleri olmakla birlikte; aksi takdirde kamu kanaatleri, değişken, anlaşılmaz ve dağınık halde olacak ve toplumsal istikrarsızlığa yol açacaktır (Bektaş, 2013, s. 91). Siyasal partiler, baskı grupları gibi kamunun düşüncelerini yönlendirmek ve kamuoyunun oluşumunu manipüle edebilmek ve çıkarları doğrultusunda etkilemek ve bu amaçla, örneğin kitle iletişim araçlarını kullanarak propaganda ve siyasal iletişim stratejilerinden yararlanarak kendi lehlerinde kamuoyu oluşturmayı amaçlamaktadır. Birey ve toplum birçok etkenle, bu tür eylemleri de göz önüne alarak kamuoyu oluşturmaktadır. Habermas'a göre, kamuoyu kavramı, aleniyet bağlamında, siyasal ve toplumsal iktidarın icrası bakımından eleştirel bir merci olarak talep edilmesi ya da şahıslar ve kurumlar, tüketim malları, programlar açısından gösterisel ve manipülatif nitelikte bir onay merci olarak kullanılmasına göre farklı anlamlar kazanmaktadır (Habermas, 2015, s. 379).

Kitle iletişim araçları tarafından alıcıya iletilen, özellikle siyasal ve sosyo-ekonomik haberler, alıcıların (hedef kitlenin) istek ve beklentilerini hedefleyen mesajlar içermektedir. Medya sahipleri, editörler, muhabirler halkın istediğini ölçmekte ve bunların sonucunda kamunun beklenti ve ilgisini karşılayacak içerikler hazırlamaktadır. Burada şunları söylemek mümkündür: Bireylere ve doğal olarak topluma, sistemin varlığıyla ilgili kodlar, haberler aracılığıyla iletilmektedir. Bu kodları özümseyen ve tüm bakış açısını buna göre şekillendiren bireyler ve bu bireylerin oluşturduğu toplum, buna bağlı olarak beklenti, istek ve gereksinimler

üretmektedir. Böylelikle medya ve medyayı elinde tutan çıkar grupları, sistemi ve bunun getirdiği ideolojiyle düşünce yapısını topluma benimsetmekte ve daha sonra bunları bireysel ve toplumsal rızayla yeniden üretmektedirler. Tüm toplumsal yapı ve siyasal düzende, kamuoyu bazı güç odakları ve araçlarıyla oluşturulmakta ve yönlendirilmektedir.

Kamuoyunun oluşumunda ilk basamak fikirlerin özgürce açıklanabilmesi iken; sürecin ikinci basamağı bu fikirlerin açıklanıp başkalarıyla paylaşılması ve son olarak da iletilenlerin algılanıp yorumlanmasıdır (Yüksel, 2007, s. 573). Bu süreçte ise kitle iletişim araçlarından hem mesajı alıcı olarak hem de mesajı ileten olarak yararlanılmaktadır. Medya, bazı yöntem ve stratejilerle kamuoyunun oluşmasında ve belirli algıların yaratılmasında etkili rol oynamaktadır.

Kamuoyunun sağlıklı bir şekilde oluşabilmesi için üç koşuldan bahsedilebilir: (1) Bireylerin yeterli ve doğru haber almaları, (2) aldıkları bu bilgi ve haberleri rasyonel olarak değerlendirmeleri ve (3) kamuyla ilgili olay ve durumlara karşı ilgi göstermeleridir (Yüksel, 2007, s. 574). Ancak mevcut siyasal ve ekonomik sistem, toplumsal yapı ve güç çıkarları incelendiğinde bu koşulların üçünün sağlıklı şekilde yürütülmesinin oldukça zor olduğu söylenebilir. Bu nedenle, sağlıklı bir kamuoyu oluşum süreci de aksamaktadır. Burada medyanın işlevine bakılacak olursa, medya doğrudan kamuoyu oluşturmamakta, yalnızca oluşumunda etkili bir araç olarak yerini almaktadır. Kamuoyu oluşumu, medyanın mesajları haricinde birçok unsurun daha etkisinde gerçekleşen toplumsal bir süreçtir.

Kitle iletişimine imkan sağlayan; radyo, gazete, haber ajansları, televizyon ve sosyal medya gibi medya türleri toplumun ortak sesinin oluşmasında ve duyurulmasında etkili olmasının yanı sıra farklı görüşlerin seslerini duyurabilmelerine de olanak sağlamaktadır. Ancak günümüzde, özellikle ana akım medyada, medya kuruluşlarının sahiplik yapısı ve politik

ilişkileri sebebiyle mevcut sisteme ve çıkarlara aykırı bir sese yer verilmesi oldukça zor ve nadir bir durumdur.

### **2.1.2. Medyanın Kamuoyu Oluşturması**

Kamuoyu oluşturmada medyanın etkisi bazı kuramlarla ilişkilendirilerek açıklanabilir. Medya gündemi inşa eder, kamuoyu oluşturur ve algı yönetimi için süreci başlatır. Ulusal ve küresel boyutta aynı yollar izlenmektedir. Ancak küresel algı yönetimi için medya araçlarının niteliği, uluslararası mecradaki gücü ve etkisi önemlidir. Küresel medya araçları kullanılması gerekmektedir. Bu nedenle küresel algı yönetimi için dünyaya yayın yapan kitle iletişim araçlarına ve iletişim teknolojilerine sahip olmak önemlidir. Haber ajansları, gazeteler, televizyon kanalları, radyo yayınları, dizi-film platformları ve günümüzün en etkili araçlarından sosyal medya ağları küresel çapta hedef kitleye ulaşmak için kullanılan araçlara örnek verilebilir.

Algı yönetiminin en önemli unsuru olan medya kendi bağlamından koparak araçsallaşırken, evrensel işlevi farkı gerekçelerle şekil değiştirmektedir. Haberciliğin kanaat basınına dönüşmesi yani toplumun düşüncelerine etki edebilmesi ona, ticari bir işletme olarak hareket etmesi yani ekonomik etmenin yanı sıra siyasal etmeni de eklemiş; böylece basın salt haber yayınlayan kuruluşlar olmaktan çıkarak kamuoyunun taşıyıcıları, yönlendiricileri, parti mücadelelerinin aracı haline gelmiştir (Habermas, 2015, s. 306).

1920’li yılların sonlarında Alman Sosyologlar Kongresi’nde kamuoyu konusu ele alınmış olup; kamunun siyasal işlev dönüşümünün belirtisi olan görünüm ilk kez ehliyetli şekilde kaydedilmiş ve bu, resmi makamların örgütlerin, partilerin gazetecilik faaliyetlerine girmesinde öncü olmuştur (Habermas, 2015, s. 324). Özellikle son yüzyılda oldukça gelişen iletişim ve haberleşme teknolojileriyle bireyi hem daha geniş kitlelere seslenebilme hem de dış çevreyle kolay

ve hızlı bir şekilde iletişim kurma olanağına sahip olmuştur. Kamuoyu, insanların belirli görüşlere yönelimleri, siyasal katılımları, belirli konularda toplumsal fikirler üretmeleri ekonomik, ideolojik ve siyasal kültür öğelerinin ortaya koyduğu norm ve kuralların etkisi altındadır.

Yeni uluslararası enformasyon ve iletişim düzenine yönelik sorunlara çözüm ve öneriler içeren MacBride Raporu'nda medyanın bazı önemli işlevlerinden bahsedilmektedir. Bu rapora göre;

- Haber ve bilgi sağlama,
- Eğlendirme,
- Toplumsallaştırma,
- Birleştirme/Bütünleştirme,
- Kültür ve eğitim alanlarının gelişmesine katkı sağlama,
- Güdüleme medyanın önemli işlevlerindendir.

Demokratik rejimlerde medyanın iki temel işlevinden söz edilmektedir; birincisi medyaya kamu adına gözetim rolü yüklenmesi ve daha çok siyasal iktidarların gözetimi biçiminde algılanan bu işlev medyanın dördüncü güç olarak nitelendirilmesini de beraberinde getirmektedir. Medyanın ikinci işlevi ise serbest rekabet koşullarında, kamusal yayımcılığın var olduğu ve tekelleşmenin engellendiği ortamlarda, farklı görüş ve düşüncelere yer vererek “serbest düşünce pazarı”nın oluşumuna katkıda bulunmasıdır (Atabek, 2002, s. 231). Ancak Basın Meslek İlkeleri çoğu zaman yok sayılmakta; medya sektöründe sermaye yoğunlaşması ve tekelleşmelerin sonucunda ve siyasal otoritelerin medyayı sıkça kendi çıkar ve amaçları için kullanmalarıyla bu işlevler yerine getirilmemektedir. Demokratik rejimlerde medya, yönetenler ve yönetilenler arasında çift taraflı bir aracılık rolü üstlenmektedir. Medya farklı alanlardaki araçlarını kullanarak, yönetenlerin devlet ve toplumu ilgilendiren hareket ve



kararlarını halka iletirken, aynı zamanda halkın kendisini ve devletini ilgilendiren süreçlere yönelik tutum ve görüşlerine de yer vererek kamuoyu oluşum sürecine katkı yapmaktadır. Kitle iletişim araçlarının bahsedilen iki taraflı gücü nedeniyle ekonomik ve siyasi güç odakları, bu araçları etkin şekilde kullanarak kamuoyunu yönlendirmeyi amaçlamaktadır.

İletişim, bilgisayar ve internet teknolojilerinin her geçen yıl daha da gelişmesiyle medyanın hedef kitlesi ve etkinlik alanı da genişlemektedir. Bu durum, ulusal kamuoyu oluşum sürecini çok güçlü bir şekilde etkilediği gibi uluslararası kamuoyu ve toplumsal algı sürecinde de önemli bir rol oynamasını sağlamaktadır. Medya, sahip olduğu teknolojik gücüyle bireylerin toplumların yakın çevresi ve özellikle ulaşılması zor olan uzak çevreyle ilgili bilgiye ulaşılmasında da tercih edilen bir kaynaktır. Bu nedenle, medya sahipleri haberlerin arasından seçimler yapmaktadır. Seçilen haberlerin kamuya iletilmesi süreci, haberler bazı filtrelemelerden geçerek içerisine mevcut sistemin kodları yerleştirilmesiyle tamamlanmaktadır. Herman ve Chomsky, haberlere uygulanan beş süzgeci şu başlıklar altında toplamıştır (Herman & Chomsky, 2012, s. 72-101):

1. *Hakim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kar yönelimi,*
2. *Kitle medyasını temel gelir kaynağı olarak reklamcılık,*
3. *Medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların gücün ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı “uzmanlar”ın sağladığı bilgilere dayanması,*
4. *Medyayı disiplin altına alan bir araç olarak “tepki üretimi,*
5. *Ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak “anti-komünizm”.*

Herman ve Chomsky’ye göre, bu filtrelerle ham halde bulunan veriler yeniden biçimlendirilerek okuyucuya “haber”

olarak sunulmaktadır. Haberin veriliş biçimi, uzunluğu, ön sayfada yer alıp almaması, başlığın büyüklüğü gibi unsurlar kamuoyunu oluşturan bireylerin, haberin önem derecesini algılamasında etkili olmaktadır.

Ekonomi politik yaklaşıma göre, basında tekelleşmeyle beraber enformasyon akışı, bazı siyasal ve ekonomik güçlerin ve bunların birbiriyle olan çıkar ilişkilerinin etkisi altında yapılmaktadır. Buna göre, basın sağlıklı bir kamuoyu sürecini oluşturmaya katkı yapma ve kamu yararı gibi ilke ve işlevlerinden vazgeçmiş, karlılık ilkesini benimseyerek kamuoyunu bazı çıkarlar çerçevesinde yönlendirmeyi benimsemiştir. Tekelleşme sonucunda ticari bir işletme haline gelen medya, var olan ekonomik ve siyasal sisteme hizmet ederek karını maksimize etmeye odaklanmıştır.

Kitle iletişim araçları, bireylere ve topluma yalnızca bilgi ve haber akışını sağlamakla kalmaz, birey ve toplum bütünleşmesini, toplumsal değerlerin korunmasını, toplum ve bireyleri eğlendirirken eğitilmesini de sağlama gücüne sahip olmakta, tüm bunların sonucunda tutum ve davranışların değişmesinde de pay sahibi haline gelmektedir. Medya insanlar için bir dünya inşa ederken, bu süreçte toplumun neye odaklandığını etkilemeye de çalışmaktadır. Hatta bu konuda en önemli rolü oynamaktadır. Medyanın toplumu ne hakkında ve nasıl düşünmesi gerektiği sorusunun yanında medya-hükümet-siyaset ilişkilerinin geldiği noktada medya, toplumun hükümet politikaları hakkındaki düşüncelerini nasıl etkilediği önemli olmasının yanı sıra oldukça büyük bir sorundur.

Medya sahipliği, özellikle ana akımda kendine yer edinen medya işletmeleri, büyük bir sermaye ve güç ilişkileri gerektirmektedir. Bu nedenle, medya işletmeleri kar edebilmek ve yatırımının karşılığını alabilmek için öncelikle ürününün satın alınması, tüketilmesi gerekmektedir. Bu sebeple, toplumdaki çoğunluk görüşüne hitap edecek

içerikler üretmektedir. Ancak azınlıklık fikirlere ve gruplara da hitap eden medya organları da mevcuttur. Bunlar daha farklı ekonomik yapıya ve farklı şekillerde ekonomik gelirlerle -abonelik gibi- sahiptir. Toplumun her kesiminin böylesine mali kaynaklara sahip olmadığı göz önüne alındığında, radyo, televizyon, gazete, basımevi gibi kamuoyu oluşumunda etkili çeşitli kaynakların, maddi güce sahip bir azınlık gruplarının eline geçmektedir (Dinçkol, 2006, s. 61). Medyanın, yöneten sınıfının ve belirli çıkar sahiplerinin elinde olması, medyada hangi haberin ve bilginin nasıl ne kadar verileceğine, neyin eksik neyin yanlış veya nelerin verilir verilmeyeceğine de bu güçler tarafından karar verilmektedir. Çoğunluğa hitap eden, azınlık gruplarının medya sahipliği azınlık görüşlerinin yer almadığı bir kamuoyu oluşum süreci gerçekleştirilmektedir ya da amaçlanmaktadır. Kitle iletişim araçları siyasal ve ekonomik düzende iki şekilde işlev sahibidir: Birincisi, bu sistemlerin varlığının devamı için kullanılarak kamuoyu oluşumuna etki etmesi; ikincisi ise kamuoyu oluşturan birey ve toplumların fikir, istek ve beklentilerini geri beslemeyle siyasal ve ekonomik iktidar sahiplerine iletmektir.

İletişim, bilgisayar ve internet teknolojilerindeki gelişmeler, dünyanın her yerine ulaşabilme imkanını sağlamış ve bunun sonucunda uzak çevreden alınan haberler bireylerin dünya görüşlerinin gelişmesini sağlamıştır. Ancak bu durum, yalnızca dünya görüşünü geliştirmekle sınırlı kalmamış; düşünce yapısında ve kültürel bağlamda aynılaşmaya da neden olarak kısıtlanmış, tekipleşmiş ve yönlendirilmiş düşünce yapılarını ve tutumları ortaya çıkarmıştır. Avrupa ve ABD'nin, gelişen haberleşme ve ulaşım teknolojileriyle uluslararası mecrada medya üzerinde dominant bir etkiye sahip olmalarının yolu açılmıştır. Bunun sonucunda Batı tarzı düşünce yapısının kodlarını içeren haber ve bilgi akışının olduğunu söylemek mümkündür. Bu şekilde, kitle iletişim araçlarının ulaşabildiği her toplumda batı referanslı kültür ve düşünce yapısı oluşturulmaktadır. Bu batı temelli kültür, girdiği her farklı

toplumsal yapıda, yerli kültürel öğelerle karşılaşmakta ve kendi çıkarlarına göre bu öğeleri kimi zaman yok etmekte kimi zaman kullanmakta kimi zaman ise canlandırmakta ya da geriletmektedir (Bektaş, 2013, s. 123). Bu durum özellikle küresel olarak batı tarzı bir düşünce yapısının etkisi altındaki basın, kamuoyu oluşum sürecinde Lippmann'ın bahsettiği stereotip fikirlerin iletildiği, beslendiği ve benimsetildiği bir araç haline geldiğini göstermektedir. Stereotipler, bireylerin karmaşık hayat düzenleri içerisinde, etrafında olanları kolay tanımlayabilmelerini ve toplumdaki yerlerini korumalarını, dışlanmamalarını sağlamasının yanı sıra, bireylerin karmaşık dünya düzenini de daha stabil olarak algılayabilmelerini sağlamaktadır (Lippmann, 1998, s. 114). Basın, toplumda yeni fikirleri beslemek ve bunları yaymak yerine, mevcut sistemin düşünce yapısını yeniden üretmektedir.

### 2.1.3. Gündem Belirleme Yaklaşımı

Medya kuruluşları, haberleri her gün seçip sunarak, her toplumun karşı karşıya olduğu sorunlara, sorulara ve olaylara karşı halkın dikkati üzerinde etki yaratmaktadır. Zamanla haber kapsamına yansıyan öncelikler ise çevresinden ve dünyadan haber almak için medyayı kullanan kamunun gündemini de etkileyerek öncelikleri belirleyebilmektedir. Bu durum, kamu gündemi üzerindeki etki, medyanın gündem belirleme rolünün kamu üzerindeki rolüyle açıklanabilir. Haber medyası günlük seçimleri ve haber öykülerini sergileme yoluyla bir topluluğun kendi resmini etkilerken (McCombs, 1997, s. 442), kitle iletişim araçlarıyla da fikir birliği oluşturularak topluluk inşa edilmesi amaçlanmaktadır. Günlük haberlerin kimisi kurgu kimisi gerçek, bazen de oldukça abartılı, çatışmalı ifadelerle doludur.

Gündem Belirleme Kuramı'nın temelini Walter Lippmann'ın çalışmalarına dayandırmak mümkündür. Kamuoyu ve kamuoyunun oluşumu, toplumun dış etkenlerden etkilenecek kendi fikirlerini oluşturduğu, kanaat önderleri

denilebilecek uzmanlar sınıfından bahseden Lippmann, aslında bu kuramın temelini atmıştır. Lippman kitle iletişim araçlarının dünyada meydana gelen olayları aktarma ve bu olayların zihindeki görüntüleri arasındaki temel bağlantısı olduğunu belirtmiştir. Gündem Belirleme çalışmalarının özünde, bireyin ve toplumun, kitle iletişim araçları aracılığıyla nasıl yönlendirildiği ve kamuoyunun oluşumunda ne gibi roller üstlendiği araştırılmıştır. Lippmann, gerçek dünyanın doğrudan kavranabilmesi için çok büyük, karmaşık ve değişken olduğunu, bu nedenle insanların bunun üstesinden gelebilecek donanımına sahip olmadığını belirtir (Kılıç, 2020, s. 94). Bu karmaşıklık ve değişkenliğin algılanabilmesi için de bazı araçlara yani kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Tek başına dünyayı anlamlandırma gücü olmayan, tek başına tüm dünyadan, hatta yakın çevresinden dahi haberlerin tümünü alamayacak olan bireyler, medyayı bilgi sahibi olmak ve ortaya çıkan olayları/durumları algılayarak yorum yapmak amacındadırlar. Böylelikle medyadan almış olduğu haber ve bilgilerle yaşamı algılamakta; tüm bunların sonucunda ise tutum ve görüş geliştirmektedir. Gündem belirleme sosyal değişim ve sosyal istikrar çalışmasıdır (Dearing & Rogers, 1992, s. 2). Gündem belirleme bir zamanda önem sırasına göre iletilen bir dizi sorundur.

İletişim çalışmaları içerisinde *Sınırlı Etkilerden Güçlü Etkilere Geçiş Paradigması* içerisinde yer alan Gündem Belirleme Kuramı'nın temsilcileri M. McCombs ve D. L. Shaw, 1972 yılında *Medyanın Gündem Belirleme İşlevi* isimli çalışmalarında, medyanın ve halkın önem verdiği meseleler arasında bir örtüşme olduğu varsayımı yatmaktadır. Buna göre, halkın bazı dönemlerde gündemini oluşturan ve önem verdiği meseleler ve medyanın kendi gündemini oluşturduğu ve halkın dikkatini çekmek istediği meselelerle çakışmaktadır. Bu tezin savunucularına, önceki kitle iletişim kuram ve araştırmaları “bilme ve farkında olma” yerine, “tutum değişimi” üzerinde durmuşlar; Gündem Belirleme

çalışmalarında ise, kitle iletişim araçları ile ilgili, meseleler hakkında tutumlar yerine, “farkında olma”ya odaklanmışlardır (Erdoğan, 2014, s. 154). Detaylandırılacak olursa; McCombs ve Shaw, 1940’lı yıllarda yapılan kitle iletişim araçlarıyla ilgili çalışmalarda, medyanın tutum ve davranış değişikliğine yol açtığına dair görüşlerin savunulduğunu söylemişlerdir. Bunun aksine Shaw ve McCombs, medyanın etkisinin bir zincir halinde üç aşamada gerçekleştiğini öne sürmüşlerdir. Buna göre, medyanın etkisinin ilk aşaması “haberdar etme” veya “farkındalık yaratma” şeklinde olup; ikinci aşama ise “bilgi” düzeyinde, insanların haberdar oldukları konular hakkında daha fazla bilgi istemesini kapsamakta; üçüncü ve son aşama ise, tüm bunların sonucunda tutum değişimi ve daha sonrasında davranış değişikliği şeklinde devam ederek zincir tamamlanmaktadır (İrvan, 2001, s. 69).

Gündem Belirleme Yaklaşımı için Bernard Cohen ise *The Press and Foreign Policy (Basın ve Dış Politika)* başlıklı çalışmasında, medyanın insanların “ne düşüncelerini” değil “ne hakkında” düşünceleri gerektiğini (Cohen, 1963, s. 38) belirlemede etkili olduğunu söyleyerek, yaklaşıma yönelik anahtar fikri vermektedir. Çünkü medya, bireylere doğrudan ne düşüncelerini söyleyecek kadar etkili olmamakla birlikte, bireylerin görüşlerini oluşturmasını etkileyen çok sayıda faktör mevcuttur. Medyanın gücü, görüşleri ve sonucunda tutumları yönlendirmeye yönelik olup, ancak bu durum medyayı oldukça güçlü bir araç haline getirmektedir. Başka bir deyişle, medya hangi konudan konuşulması gerektiğine (izlekselleştirme) ve bu konuların nasıl konuşulmasının uygun olduğuna (odaklanma) yönelik karar vermektedir (Bourse & Yücel, 2012, s. 96).

Bu kuram, medyanın belirli bir konuda olumlu ya da olumsuz görüşlerin belirlenmesini değil, konu üzerine dikkatin çekilerek konuşulmasını, konuya verilen önemi etkilemektedir. Farklı alan ve konularda çok sayıda haber için değil, az sayıda ve etkili olabilecek haberlere dikkat çekilmesi

daha çok amaçlanmaktadır. Alıcının çok sayıda konuya aynı dikkat ve önemi vermesi oldukça zor olması sebebiyle belirli konular üzerine yoğunlaşarak kalıcı bir etki yaratması beklenmektedir. Kamunun dikkat süresi oldukça sınırlıdır. Bu nedenle medya sürekli bir bilgi akışı ve yeni yorumlarla bu dikkati canlı tutmayı amaçlamaktadır. Bir konu üzerinde çok sayıda veri akışı olması, toplumun hafızasında yer etmesine dair olan güçlük sebebiyle haberler içerisinde akılda kalmasını sağlayacak sembol, ifade, fotoğraf gibi birçok unsurla kamuoyuna sunulmaktadır. McCombs (1997, s. 435), bir haberin önemli olması için halkın en az %10'un konuyla ilgili olması gerektiğini belirtirken, tek bir konunun kamu gündemini uzun süre meşgul edebileceğini de söylemektedir. Haber konusunun toplumda yankı uyandırması önemlidir. Haber medyasının konsensüsün ne olacağını tek başına belirleyebilmesi imkansızdır. Başta toplumun algısı üzerinde etkili olan faktörler olmak üzere çok sayıda bu durumu sınırlayıcı unsur ortaya çıkmaktadır. Ancak medyanın kamu gündeminin üzerindeki etkisi, geleneksel haber medyası ve sosyal medyayla oldukça güçlüdür.

McCombs iki türlü gündem belirlemeden bahsetmektedir (1997, s. 439-440): Birincisi; yukarıdan aşağıya- medya merkezli; ikincisi ise aşağıdan yukarıya- kamu merkezli gündem belirlemedir. Yukarıdan aşağı ve medya merkezli gündem belirleme: Medya, elit gruplar, siyasiler gibi aktörler güncel koşullar üzerinden belirli konu/ları medya gündemine taşıyarak kamu gündeminde öncelikli hale gelmesidir. Aşağıdan yukarı ve kamu merkezli gündem belirleme: Popülist bir yaklaşım gibi görülebilir. Toplumda hangi konuların ve endişelerin hakim olduğu kamuoyu yoklamalarıyla belirlenerek, halkın gündemi üzerinden medya gündemi oluşturularak haberler üretilir. Farklı görüşler, güncellenen bilgilerle, kimi zaman en baştan kurgulanan haberler tekrar halka iletilerek fikir inşasında etki yaratılmaya çalışılmaktadır.

Kitle iletişim araştırmalarının ilk öncülerinden olan Harold Laswell (1948), kitle iletişim araçlarının üç temel işlevini ana hatlarıyla çizmiştir: Çevrenin gözetlenmesi, toplumda fikir birliğinin sağlanması ve kültürel mirasın aktarılması. Kitle iletişim araçlarının geleneksel gündem belirleme rolü, iletişimin hem gözetlenme hem de fikir birliği işlevlerini içerirken, günün yeni ve önemli sorunlarına dikkat çeker ve bu sorunların önceliklerinin neler olduğu konusunda da etkilime gücüne sahiptir (McCombs, 2005, s. 555).

Weaver'a göre, çoğu medya gündem belirleme araştırmaları, medya tarafından üzerinde durulan olay ve sorunlar üzerindeki kamu farkındalığını idrak etmekle ilgili olup, anahtar sorun ise kitle medyasının bazı konular üzerinde daha fazla durarak konuyu ve olayları daha çarpıcı şekilde vererek önemli olduğuna dair yaratılan imaj ve yönlendirmedir (Weaver D. , 1984, s. 680).

Bu çalışmaların dayandığı iki temel sorundan bahsetmek mümkündür:

1. Basın gerçeğliği yansıtmaz, onu filtreler ve şekillendirir.

Medya, halkın bazı konular üzerinde daha çok durmasını ve bazı konulara diğer konulardan daha çok önem vermesini sağlamaya çalışmaktadır (Weaver D. , 1984, s. 682).

Bu kuramın araştırmacıları, 1950'lerde araca önem vermeden, medyada haber konularının ortaya çıkarılması, bu konular arasından seçimler yapılması, elenmesi ve bunların alıcıların bilişsel özellikleri arasındaki ilişkisiyle ilgili veriler sunmuşlar; 1960'larda gazete içeriğiyle kamu ilgisi arasında bir bağ olduğunu ortaya koymuşlardır. Burada özetle; gündem belirleme fonksiyonuyla medyanın kamuya aktarılabilecek enformasyon üzerinde denetleme gücüne sahip olduğu söylenebilir (Erdoğan, 2014, s. 156).



Gündem belirleme teorisinin gelişimi ise aşağıdaki şekilde olmuştur:

1. Kitle iletişim araçlarının gündemiyle kamu gündemi arasındaki ilişki varsayımı, Walter Lippmann (1922),
2. Medyanın sorunlara/konulara “statü verme işlevi”nin belirlenmesi, Paul F. Lazarsfeld ve Robert K. Merton (1948-1964),
3. Gündem belirleme “metaforunun” ifade edilmesi, Bernard C. Cohen (1963),
4. Gündem belirleme sürecinin isimlendirilmesi, Maxwell McCombs ve Donald Shaw (1972),
5. Sorunlar hiyerarşisi için kamu gündem belirleme sürecinin araştırılması, Maxwell McCombs ve Donald Shaw (1972),
6. Politika gündemi sürecine dair modelin açıklanması, Roger W. Cobb ve Charles D. Elder (1972-1983),
7. Makro düzeyde analizle kamu gündem belirlemeyle ilişkili çalışmanın başlaması ve gerçek dünya göstergelerinin medya gündemiyle ilişkisinin araştırılması, G. Ray Funkhouser (1973),
8. Mikro düzeyde analizle kamu gündeminin belirlenmesinin deneysel olarak araştırılması, Shanto Iyengar ve Donald R. Kinder (1987) (Dearing & Rogers, 1992, s. 9).

İnsanlar gerek iç politikada gerekse dış politikada yaşanan olay ve gelişmeleri, medyanın belirli kaynaklarda aldığı, haber haline getirdiği bilgiyle yorumlardan öğrenmektedir. Dünyada ve yakın çevrelerinde gerçekleşen sorun, olay ya da gerçekleri öğrenme süreci, medyadaki haberleri takip eden okur/izleyicilerin zihninde belirli bir gündem de biçimlendirmektedir (Kılıç, 2020, s. 94). Medya hedeflediği kitlenin ideolojisini, düşünce ve tutumlarını doğrudan

tek başına etkilememekte; bu sürecin içerisinde bireysel ve toplumsal birçok unsur dahil olmaktadır. Tüm bunların sonucunda bireysel ve kitlesel değişimler, hareketler ortaya çıkmaktadır. Ancak medyanın özellikle sosyal medyanın da varlığıyla önemli bir itici güç olduğunu ülkeler ve dünyadaki hareketler çerçevesinde bakıldığında söylemek yerinde olacaktır. Özetle; medya, alıcıların toplumsal evrene bakışını oluşturma biçimini etkilemektedir ( (Bourse & Yücel, 2012, s. 94).

Gündem Belirleme Yaklaşımı bağlamında yapılan çalışmalarda, medya gündemi ve kamu gündemi öne çıkmaktadır. Rogers ve Dearing tarafından medya gündemi, “belirli bir zaman dilimi içinde önem sırasına göre sunulan olay ya da sorunların listesi” şeklinde tanımlanmıştır (Rogers & Dearing, 1988, s. 565). Kamu gündemi, siyasal gündem ve medya gündemi birbirini etkileyen bir etkileşim zincirini oluşturmaktadır. Medya gündemi, politika ve kamu gündemini etkilerken, medya gündeminden etkilenen kamu gündemi de zamanla medya ve siyasal gündemi etkileyebilmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımıyla bu durum daha açık şekilde görülmektedir. Kısaca tüm gündem türleri birbirini etkileyen, gündemlerine gelen konu başlıklarını besleyen ve sürekliliğini sağlayan bir güce sahiptir. Ancak, bu süreçte, bu üç gündem başka unsurların da etkisinde kalmaktadır. Kamu gündeminin belirlenmesi, kitle iletişim araçlarının belirli haber konularını vurgulayarak izleyicilerin gündemlerini belirlemesinin yanı sıra gündem belirleme yaklaşımına göre okuyucular bir haber öyküsündeki enformasyon miktarından ve o haberin konumundan yalnızca sorunun ne kadar önemli olduğunu da öğrenirler (Atabek, 2012, s. 170).

Medya, halkın dikkatini kimi olaylara çekerken kimi olayları ise yok saymaktadır. Bu süreçte ise bir dizi etkenle beraber karar almakta, rastgele bir seçim seçme süreci işlememektedir. Halkın yakın ve uzak çevresinden haber almak için sıklıkla başvurduğu medyanın, böylelikle kamuoyu

oluşumunda oldukça etkili bir güce sahip olduğu söylenebilir. Medya, olaylar takvimini ve konuların hiyerarşisini de bunları yorumlayarak belirler (Bourse & Yücel, 2012, s. 95). Medya şirketlerinin kurumsal yapısı, ideolojik ve politik yaklaşımları siyasi ve ekonomik güç odaklarıyla ilişkisi, haber kaynakları gibi etkenler medyanın haber gündemini etkilemektedir.

Medya sahip olduğu avantajlar aracılığıyla enformasyon üzerinde önemli bir kontrol gücünü de elinde tutmaktadır. Toplumsal kontrol ve bunun devamlılığı için gerekli olan bu bilgi kontrolü sayesinde toplumsal iktidarın sürdürülmesi için çok önemli olan bilgiyi kontrol eder. “İletişimin akışını kontrol edenler, insanlar üzerinde iktidar kurma gücünü de ellerinde tutarlar” (Yaylagül, 2018, s. 79).

İnternet, sayısız yeni kanalın tanıtılmasıyla iletişim ortamını önemli ölçüde değiştirmiştir. Her ideolojik, ticari ve kişisel nişi temsil eden e-posta, çevrimiçi gazeteler, sohbet odaları ve web siteleri dünya çapında milyonlarca insanın iletişim davranışlarını değiştirmiş ve iletişim araştırmacılarına geniş, yeni alanlar açmıştır (McCombs, 2005, s. 544). İnternetin yaşıntılara girmesi ve kullanımının yaygınlaşarak kolaylaşması gündeme sunulan çeşitliliği de artırmıştır. Çağdaş toplumda çok sayıda gündem vardır, bunlara ulaşım oldukça kolaydır. Çevrimiçi haber ve bilgi zenginliği bu süreçte oldukça etkilidir. İnternet kullanımının yayılması ve artık haber alma mecralarından biri haline gelmesi büyük ve parçalanması alıcı sayısı ortaya çıkarmıştır. Bu sebeple medya gündeminin kamu gündeminde yer edinmesi önemlidir.

Bir sorun, olay ya da durum medyada gündemde kaldıkça, kamusal alanda daha çok görünür, tartışılır hale gelmektedir. Genellikle çift taraflı görüşün hakim olduğu konular gündemde yer almakta, böylelikle baskın görüş daha görünür hale gelirken, karşıt görüşün ise değiştirilmesi planlanır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve günümüzdeki konumu itibarıyla bir mesele medyanın gündeminde yer aldığına,

teşhir edildiğinde, tartışıldığında kamusal bir mesele halini alarak kamuoyu oluşturabilmektedir.

Bir sorunun kamuoyunun gündemi haline gelerek, kamuoyu oluşturması için meşru olması önemlidir. Medya, gündem belirleme gücüyle sorunların meşrulaştırılmasını sağlar, kamusal bir sorun yaratılarak, kamuoyu oluşturulur. Medyada gündem haline getirilerek kamuoyu oluşturulmak istenilen konular genellikle çatışmalı ve karşıt fikirlerin olduğu sorunlardır. Tüm toplumun hem fikir olduğu bir konu üzerinde medya gündem belirleme rolü oldukça nadir görülebilir.

Hükümet- devlet politikaları, siyasi, ekonomik, askeri kararlar operasyonlar hem en çok çatışmalı görüşlerin olabileceği hem de medyada en çok gündem olan konular olması tesadüf değildir. Burada mesele yalnızca kamuoyu bilgilendirmek, haber vermek değildir. Bu sebeple, gündem belirleme politik bir süreçtir. Medyanın gündem belirleme gücü toplumun karar verme sürecini etkileme gücünü de temsil ederek, bu süreçte ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Gündem belirleme politikayı doğrudan etkileyebileceği gibi birçok etkene göre politikada doğrudan etkilenebilmekte, bir konuda anlam yaratmak için medyadan ve haberden aldığı bilgilerle birlikte inşa etmektedir.

Çoğu kamuoyu araştırmasının yaptığı gibi, bir soruna yönelik olumlu ya da olumsuz tutumlara odaklanmak yerine, gündem belirleyen bilim adamları bir konunun dikkat çekiciliğine odaklanmaktadır. Medya gündemindeki bu belirginlik, izleyicilere, okuyuculara ve dinleyicilere “hangi meseleler hakkında düşüneceklerini” söylemektedir. Gündem satış süreci üzerine yapılan araştırmalar, medya gündemindeki bir konunun görece belirginliğinin, kamu gündeminin nasıl oluşturulacağını belirlediğini ve bunun sonucunda politika yapımcıların hangi konuları dikkate alacağını etkilediğini göstermektedir. Eylem için mevcut seçeneklerin kontrolü,

gücün bir tezahürüdür. Politika yapıcılar, yalnızca politika gündeminin en üst sıralarına ulaşan konularda harekete geçmektedirler (Dearing & Rogers, 1992, s. 8). Gündem belirleme süreci medya gündemi, kamu gündemi ve politika gündemi ve bu üç unsurun arasındaki ilişkileri kapsamaktadır. Yani bu süreç, medya profesyonelleri, kamuoyu ve politika seçkinlerinin arasında devam etmekte, sürmektedir.

Siyaset, kamu ve demokrasi için medyanın niteliği önemlidir. Özellikle bağımsız olması ve kamu yararı için yayın yapması medya için en başta gelmelidir. Medyanın ilgisinin sorunlar arasında nasıl dağıldığı ve zaman içinde nasıl değiştiği niteliğine dair ipuçları taşımaktadır. Medyanın ilgisi kimi zaman bazı olaylarda çok daha fazla kimi zaman ise oldukça azdır. Bu durumun oluşmasında birçok faktör devreye girmektedir. Kurumsal güçler tarafından şekillenme, medyanın siyasetle ilişkisi ve medyanın ekonomik yapılanması gibi dinamikler niteliğini belirlemektedir. Medya politik bir kurum haline geldiği için kusursuz bir denetim ve gözetim aracı olarak nitelendirilemez. Medya, kamuda bekçilik yaparak bir devriye gibi değil de “alarm” sistemi olarak çalışmakta, bu alarmı ise daha çok politik-sosyal olaylar/konular tetiklemektedir (Boydston, 2013, s. 19).

Tüm sorunları takip etme kapasitesi hem toplumda hem de medyada yoktur. Dünya, her gün çözüm bekleyen çok sayıda olaylar karşı karşıya kalmaktadır. Ancak medya bunların içinden seçim yaparak gündeme getirmektedir. Her gün manşetlere taşınan konular, politikacılara ve vatandaşlara hangi sorunların önemli, hangilerinin önemsiz olduğuna dair sinyaller göndermektedir. Yine medyanın ilgisi kamuoyunu, hükümetin dikkatini ve kamu politikalarını şekillendirme gücüne sahiptir (Boydston, 2013, s. 26). Medyanın ilgisi olmadan politik sorunlara ilgi çekmek oldukça zordur. Medyanın ilgisi kamunun dikkatini çeker, medya bu dikkati belirli konulara yönlendirir ve kitleye ne düşünmesi gerektiği konusunda etki eder. Medyanın bu gücü, yani siyaseti ve

gündemi etkileme yeteneği, özellikle siyasi kaynakların ilgisini çekmektedir. Bu da medya üzerinde kontrol ve güç sahibi olma arzusunu beraberinde getirmektedir.

#### 2.1.4. Çerçeveleme Kuramı

Medya, bilgiyi iletme, toplumsal normları şekillendirme ve kamuoyunu yönlendirme gibi önemli işlevlere sahiptir. Bu bağlamda, medya içeriklerinin nasıl sunulduğu, hangi yönlerinin öne çıkarıldığı ve hangi unsurların görmezden gelindiği, bireylerin olaylara bakış açısını ve algılarını doğrudan etkilemektedir. Bu etkileme süreci üzerine kurulu olan “Çerçeveleme” kuramı, medya çalışmalarında önemli bir teorik alan olarak öne çıkmaktadır. Çerçeveleme kuramı, temelde insanların olayları anlamlandırma sürecinde belirli kalıplar kullanma eğiliminde olduğunu söylemektedir. Çerçeveler, bireylerin olayları veya bilgiyi anlamlandırmak için kullandığı zihinsel yapılar olup; medya içerikleri, belirli olay veya konuları, izleyicilere belirli çerçeveler içerisinde sunarak, onların algılarını ve düşüncelerini etkilemektedir. Haberlerin veya diğer medya içeriklerinin nasıl çerçevelendiği, kamuoyunun olaylara bakışını etkileyerek bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirmektedir.

Bu kuramın temelleri Heider ve Simmel’in psikoloji ve Erving Goffman’ın çerçeveleme üzerine sosyolojik araştırmalarına dayanmaktadır. Heider ve Simmel insanların gündelik yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları karmaşık bilgi yığınına anlaşılır kılmak için belirli yüklemelerde (attribution) bulunduğunu iddia ederken (Özçetin, 2018, s. 121); Goffman’ın ise bireylerin günlük yaşamlarında olayları ve deneyimleri anlamlandırmak için çerçeveler kullandığını öne sürmüştür. Çerçeveleme terimini ilk kez kullanan Erving Goffman, insanların günlük yaşamlarında oluşturdukları çerçevelerin bir kısmının, varlıkları, kuralları ve önermeleri içeren sistemler olarak net bir şekilde anlaşıldığını belirtmekte ancak, çoğunlukla bu çerçevelerin bir bakış

açısı sunmada yeterince güçlü olmadığını ifade etmektedir. Buna rağmen, yapılandırma düzeyi ne olursa olsun, her çerçevenin sınırları içinde tanımlanan sınırsız sayıdaki somut durumun tespit edilmesine, anlaşılmasına ve adlandırılmasına olanak sağladığını vurgulamaktadır. Goffman, “çerçeveler” olarak adlandırılan bu “yorumlama düzeni”nin, bireylerin olayları ya da bilgileri anlamlandırmalarına, algılamalarına, sınıflandırmalarına ve etiketlemelerine olanak tanıyan bir araç olduğunu dile getirmektedir (Goffman, 1974, s. 21-24). Goffman, daha sonra çerçevelerin kültürün temel unsurları haline geldiğini, çeşitli biçimlerde kurumsallaştığını ve bireyi dışsal olarak belirli bir konuma yerleştirdiğine dikkat çekmiştir (1982, s. 63). Entman’a göre çerçeveleme, algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve bunları, belirli bir problem tanımını, gündelik yorumu, ahlaki değerlendirmeyi ve/veya açıklanan öge için çözüm önerisini teşvik edecek şekilde bir iletişim metninde daha belirgin hale getirmektir (Entman, 1993, s. 52).

Entman, çerçevelerin iletişim sürecinde en az dört zemininden bahsetmiştir: İletişimci, metin, alıcı ve kültür. İletişimciler, inanç sistemlerini düzenleyen çerçeveler tarafından yönlendirilen ne söyleyeceklerine karar verirken bilinçli veya bilinçsiz çerçeveleme yargıları üretmektedirler. Metin, belirli anahtar sözcüklerin, kalıp ifadelerin, basmakalıp imgelerin, bilgi kaynaklarının ve tematik olarak güçlendirici gerçek veya yargı kümeleri sağlayan cümlelerin varlığı veya yokluğuyla ortaya çıkan çerçeveler içermektedir. Alıcının düşüncesini ve sonucunu yönlendiren çerçeveler, metindeki çerçeveleri ve iletişimcinin çerçeveleme niyetini yansıtabilir veya yansıtmayabilir. Kültür, yaygın olarak çağrılan çerçevelerin stoğudur; aslında kültür, toplumsal bir gruptaki çoğu insanın söyleminde ve düşüncesinde sergilenen ampirik olarak gösterilebilir, ortak çerçeveler kümesi olarak tanımlanabilmektedir. Bu dört unsur çerçeveleme de benzer işlevleri içermektedir: Seçme ve vurgulama, vurgulanan

öğelerin sorunları ve bunların nedenleri, değerlendirilmesi ve/veya çözümleri hakkında bir argüman oluşturmak için kullanılmasıdır (Entman, 1993, s. 52-53). Scheufele (1999, s. 111), çerçevelerin oluşumunu (a) sözdizimsel yapılar ya da kelime veya kelime öbeklerinin düzenlenmesindeki kalıplar; (b) senaryo yapıları, bir olayın genel haber değerine ve izleyicilere sınırlı duyusal deneyimlerini aşan haber ve olayları iletme niyetine atıfta bulunur; (c) gazetecilerin ya açık nedensel ifadeler şeklinde ya da gözlemleri bir kaynağın doğrudan alıntısına bağlayarak haberlerine nedensel bir tema yükleme eğilimini yansıtan tematik yapılar; ve (d) “gazetecilerin amaçladıkları etkilerle ilgili olarak yaptıkları üslup seçimlerine” atıfta bulunan retorik yapılar olmak üzere dört türe ayırmıştır.

Çerçeveleme kuramı, medya içeriklerinin kamuoyu algısı ve toplumdaki bireylerin düşünce yapılarını nasıl etkilediğine dair bir bakış açısı sunmaktadır. Kuram, belirli olayları veya konuları sunarken medyanın bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde hangi unsurları ön plana çıkardığı, hangi anlatıyı oluşturduğunu araştırmaktadır. Çerçeveleme, bir olayın nasıl ele alınacağına dair bir yapı sunarak insanların belirli konular hakkında nasıl düşüneceğini etkilemekte ve çoğu zaman bu yapılar aracılığıyla toplumda geniş çaplı sosyal etkiler yaratmaktadır. Gündem Belirleme Kuramı, konuların dikkati çekmesiyle ilgilenirken, çerçeveleme ise konuların sunumuyla ilgilidir (Erdoğan İ. , 2014a, s. 38). Özetle; çerçeveleme kuramının temel önermesi, bir konunun çeşitli perspektiflerden görülebileceği ve birden fazla değer veya düşünce için çıkarımlara sahip olarak yorumlanabilmesidir (Ergen, 2024, s. 77).

Günümüzde medya organlarının çeşitliliği, kolay ulaşılabilirliği gibi özellikler, medyayı kamuoyunu şekillendirme aracı olarak rol oynamasını sağlamıştır. Çerçeveleme de bu süreçte kullanılan etkili yollardan biridir. Medya kuruluşları, belirli haber veya olayları nasıl



sunduklarına bağlı olarak farklı çerçeveler kullanmaktadır. Bu çerçeveler genellikle olayın hangi yönlerinin vurgulanacağı, hangi dilin kullanılacağı ve hangi bakış açısının öne çıkarılacağı gibi unsurları içermektedir. Medya; çerçevelemeyi kullanarak, belirli olayların önemini artırmakta ve belirli aktörleri öne çıkarmaktadır. Haber metninde olaya dair bazı unsurlar seçilerek öne çıkarılmakta bazıları ise geri planda tutulmaktadır. Bu durum okuyucunun haber metninden çıkardığı anlamı ve dolayısıyla algılayış biçimini de etkilemekte, onu belirli çerçeveler içine yerleştirmektedir. Çerçevelemeyle hem medya profesyonellerinin hem de medya izleyicilerinin konuları nasıl anladığını ve yorumladığını belirlemektedir. Medya çerçevesini haber içeriği için merkezi bir bağlam sağlayan ve seçim, vurgu, çıkarma ve detaylandırma olarak tanımlar (Weaver, 2007a, s. 143). Örneğin, haber metinlerinde kullanılan belirli kelimeler, sunulan görseller ve olayların sıralanış biçimi, belirli haber anlatısını güçlendirmektedir. Çerçeveleme haber metinlerinde şu şekillerde işlev kazanmaktadır:

- **Öne Çıkarma:** Medya, belirli olayları veya kavramları öne çıkararak bu bilgileri diğerlerinden daha önemli hale getirmektedir.
- **Vurgu:** Medya içeriklerinde belirli kelime seçimleri veya temalar aracılığıyla olaylara belirli açılardan bakılmasını sağlamaktadır.
- **Dışlama:** Medya, bazı bilgileri göz ardı ederek, okuyucu veya izleyici algısını şekillendirmektedir.
- **Yorumlama:** Medya, olaylar veya kişiler hakkında belirli yorumlar yaparak kamuoyu algısını yönlendirmektedir.

Çerçeveleme, algı yönetiminin güçlü bir teknik olarak kabul edilmektedir. Medya kuruluşları, kamuoyunun belirli olayları ve konuları nasıl algılayacağını yönlendirmek için çerçevelemeyi oldukça sık kullanmaktadır. Çerçeveleme, özellikle politik, ekonomik veya sosyal meselelerde algı yönetimi amacıyla kullanıldığında, toplumsal tartışmaların

yönünü belirleyip, kamuoyunda belirli görüşlerin güçlenmesini sağlayabilmektedir. Medyanın, toplumsal olayları ve konuları nasıl çerçevelediği, kamuoyunun algılarını şekillendirme potansiyeline sahiptir. Haber çerçeveleri baskın ideolojinin taşıyıcısı olup, baskın ideolojiyi yeniden üretmekte ve toplumsal uzlaşmayı sağlayarak meşrulaştırmaktadırlar (Küçük Durur, 2011, s. 25). Örneğin, bir protesto hareketinin “şiddet olayları” olarak çerçevelenmesi, kamuoyunun bu hareketi tehdit olarak algılamasına neden olabilirken, aynı hareketin “adalet arayışı” olarak çerçevelenmesi, kamuoyunun protestocularla empati kurmasını sağlamaktadır. Medya çerçeveleri, siyasi aktörlerin belirli bir konuyu nasıl ele alacaklarını ve hangi mesajları vurgulayacaklarını belirlemelerine yardımcı olur. Örneğin, bir siyasi parti, ekonomik krizi ele alırken işsizliğe odaklanarak hükümeti suçlayabilir veya ekonomik büyümeye odaklanarak kendi politikalarının başarısını vurgulayabilir.

Çerçevelerin en belirgin işlevi belirli olayları belirli sınırlarla tanımlamak ve olaylar arasında bağlantılar kurarak olayları birbiriyle ilişkilendirilmesini sağlamaktır. Bunu yaparken, öne çıkarma, seçici vurgu, yorumlama ve geri planda bırakma gibi bileşenlerden yararlanılmaktadır. Tekrarlar ya da belirli kavramların tanıdık sembollerle ilişkilendirilmesi bir kavramı öne çıkarmanın yöntemlerinden bazıları olup, ancak çerçeveleme sürecinde seçme ve öne çıkarma kadar önemli olan bir diğer konu ise elenenler ve geride kalanlardır. (Özçetin, 2018, s. 122-123). Bunun sonucunda çerçevelenmiş haberler, olaylar hakkında ne şekilde düşünceleri konusunda alıcıları yönlendirmekte; toplumun genel görüşünü şekillendirerek çözüm önerileriyle farklı bakış açılarını ise arka plana atmaktadır. Gazeteciler siyasi manzarayı betimlerken bilinçli veya bilinçsizce belirli yorumları, değerlendirmeleri ve tavsiyeleri teşvik etmek için biçimleri etkileme gücüne sahip imgelerin ve kelimelerin seçmekte ve vurgulanmaktadır (Tewksbury & Scheufele, 2019). Medya tarafından inşa edilen çerçeveler, dikkati gerçekliğin farklı öğelerine çekerek alıcıların

algılarını ve yorumlarını manipüle etmektedir. Çerçeveseler, bir olayın veya konunun anlamlandırılmasında kullanılan anahtar kelimeler, metaforlar, modeller, sloganlar, tasvirler ve görsel imgeler, alıntılar, kaynak seçimi, başlıklar ve alt başlıklar gibi araçlarla oluşturulmaktadır. Bu araçlar, medyanın belirli bir bakış açısını vurgulamasına ve izleyicinin olayı o şekilde algılamasını sağlamasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, bir haberde “terörist” kelimesinin kullanımı, olaya yönelik olumsuz bir algı yaratırken, “özgürlük savaşçısı” gibi bir ifade kullanımı ise olaya karşı sempati uyandırabilmektedir. Çerçevelemeye haberlerden örnek olarak:

- Mülteci ve Göçmen Krizleri

Avrupa’ya yönelik mülteci akışları veya ABD’nin güney sınırındaki göçmen dalgaları hakkında yapılan haberlerde, sıklıkla “kriz”, “tehdit”, veya “güvenlik sorunu” gibi çerçeveler kullanılmaktadır. Bu tür haberlerde göçmenler “yasadışı göçmenler”, “sınır aşan tehlike” veya “kamu düzenini bozan kişiler” gibi ifadelerle tanımlanmaktadırlar. Bu çerçeveleme, kamuoyunda göçmenlere karşı olumsuz bir algı yaratmakta, göçmenlerin ülke ekonomisine yük getirdiği, suç oranlarını artırdığı veya kültürel değerleri tehdit ettiği izlenimi uyandırılmaktadır. Bu ve benzer çerçeveler toplumda ırkçılık, milliyetçilik veya göçmen karşıtı duyguların artmasına neden olabilmektedir.

- Ekonomik Kriz Haberleri

Pandemi döneminden örnek verilecek olursa medyada ekonomik krizle ilgili haberler “resesyon”, “durgunluk”, “ekonomik çöküş” gibi güçlü olumsuz ifadelerle sunulmuştur. İşsizlik oranlarındaki artış ve piyasaların çalkantıları çoğu zaman dramatik başlıklarla verilmiştir. Ekonomi haberlerinin bu şekilde çerçeveselenmesi, toplumda geleceğe yönelik bir kaygı ve güvensizlik duygusu oluşturmakta; bireylerin harcama ve yatırım davranışlarını olumsuz etkileyerek ekonomik durgunluğu da beraberinde getirebilmektedir.

Bu tür haberlerin tekrarlanmasıyla kamuoyunda ekonomik krizlerin toplum üzerindeki psikolojik etkilerini artırmaktadır.

· Terör Olayları ve Güvenlik Haberleri

Terör saldırıları haberlerinde genellikle “saldırı”, “masum kurbanlar” ve “terör tehdidi” gibi ifadeler ön plana çıkarılmaktadır. Olaylar, sıklıkla dramatik görüntülerle desteklenmekte ve güvenlik önlemlerinin artırılmasına vurgu yapılmaktadır. Aktörlerin açıklamalarında tehditkar kısımların üzerine dikkat çekilmektedir. Bu tür çerçeveleme, toplumda güvenlik ve tehdit algısını güçlendirirken, bireylerde korku ve endişe duyguları yaratmaktadır.

· Çevre ve İklim Değişikliği Haberleri

İklim değişikliği haberlerinde, “iklim krizi”, “gezegenin geleceği” veya “iklim felaketi” gibi vurgulamalar yapılmaktadır. Bu tür haberler sıklıkla buzulların erimesi, kuraklık, yangın, sel gibi doğal afet görselleriyle desteklenmektedir. Bu çerçeveleme, toplumda çevresel sorunlara yönelik bir aciliyet duygusu yaratmakta ve bireylerin çevre dostu davranışlar konusunda bilinçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Ancak bazı medya kuruluşları, çevresel çözümler yerine sadece felaket anlatılarına yer vererek, izleyicilerde “iklim kaygısı” ve umutsuzluk gibi olumsuz duyguların artmasına neden olmaktadır.

Algı ve anlamlar söylemler aracılığıyla inşa edilmektedir. Ancak ana akım medya tarafından anlam ve algıyı yönlendiren, alternatif söylemlerim marjinalleştirildiği egemen ideolojik yapı oluşturmaktadır. Buna göre, anlam ve algı nesnel değil baskın söylemlere göre şekillendirilebilen bir kavramdır. Böylece anlamlar ve algılar aracılığıyla hakim söylemin hegemonyası pekiştirilerek meşruiyeti de yeniden üretilmektedir. Haberin gerçekliği inşa ettiği önermesinden yola çıkılarak, çerçevelerin ve çerçevelemenin, haber üreticileri ve alımlayıcılar tarafından dolaşıma sokulan anlamların inşasındaki rolüne vurgu yapılmakta; buna göre çerçeveleme

bir anlamlandırma pratiği olarak ele alınmaktadır (Küçük Durur, 2011, s. 22).

Kültürel bağlamda oluşan ve çerçeveleme yöntemiyle işleyen yapılar, medya içeriklerinin anlam dünyasıyla alıcıların zihinsel modelleri arasındaki etkileşimde önemli bir rol üstlenmektedir. Kültürel olarak inşa edilen ve toplumsal süreçler içerisinde tekrar edilen bağlantılarla etkinliği kalıcı hale gelen çerçeveler, ortak kültürle birlikte bireylerin anlamlandırma akışına yön verirken toplumsal gerçekliği de inşa edip yeniden üretmekte; bununla birlikte birbirine karşıt çerçeveler arasındaki bu mücadelede bazen yeni kurulan çerçevelerin baskın çerçeveye eklenmesi de söz konusu olmaktadır (Küçük Durur, 2011, s. 26).

Çerçeveleme, mevcut olan bütünlüğün içinde yeni bir kurgulanmış bütünlük yaratarak esas anlamı bağlamından koparmaktadır. Çerçeveleme kuramı, medyanın olayları nasıl sunduğuna ve bu sunum biçiminin bireylerin düşünce ve tutumlarını nasıl etkilediğine dair derinlemesine bir anlayış sunmaktadır. Medya profesyonellerinin seçtiği çerçeveler, toplumsal gerçekliğin inşa edilmesi ve yeniden üretilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, çerçeveleme sadece bir medya stratejisi değil, aynı zamanda toplumsal algının ve ideolojik yapıların şekillendirilmesinde etkili bir araçtır. Toplumda egemen ideolojinin taşıyıcısı olan çerçeveler, haber metinleri aracılığıyla gerçeğin yeniden kurgulanmasını sağlamaktadır. Çerçeveleme bireysel ve toplumsal sonuçlar doğurmaktadır. Bireysel düzeydeki sonuç, belirli çerçevelere maruz kalmaya bağlı olarak bir konuyla ilgili tutumların değişmesi iken toplumsal düzeyde ise siyasal toplumsallaşma, karar verme ve toplu eylemler gibi sosyal düzeydeki süreçlerin şekillenmesine katkıda bulunabilmektedir (Erdoğan İ. , 2014a, s. 37).

## 2.2. Uluslararası Medya Kuruluşlarının Yapısı

Uluslararası habercilik alanına bakıldığında akla gelen belirli haber ajansları mevcuttur. UNESCO'nun tanımına göre; yasal şekli ne olursa olsun, temel amacı gerçekleri ifade etmek veya sunmak olan haberleri, haber materyallerini toplamak ve bunları bir grup haber kuruluşuna, istisnai durumlarda özel şahıslara, mümkün olduğunca eksiksiz ve tarafsız bir haber hizmetini ödeme karşılığında, ticari yasa ve teamüllere uygun koşullar altında sağlamak amacıyla dağıtmak olan kuruluşlar, girişimlerdir. Haber satışı yönünden faaliyetleri, toptancı tüccarlara benzeyen haber ajansları, perakendeci konumundaki görsel, işitsel ve yazılı yayın kuruluşlarına oluşturdukları ürünlerini belirli bir ücret karşılığında satarken genelde, dünyada haber dağıtımı bakımından iki yol izlemektedir (Uluç, 2008, s. 247-248):

1. Eğer ülkenin kendi ulusal veya ticari haber ajansı bulunuyorsa, onunla haber değiş tokuşu yapılmakta,
2. Ülkenin haber ajansıya veya yayın kuruluşuyla haber satış sözleşmesiyle haber satılmaktadır. Bu yola abone sözleşmesi adı verilmektedir.

Enformasyonun Batı merkezli olarak yayıldığıının en büyük örneği bu haber ajanslarıdır. Haber ajanslarının büyüklüğü, imkanları, ait oldukları ülkelerin uluslararası gücü sebebiyle küresel bir gücün yanı sıra haber akışında kendi ülkelerinin çıkarları doğrultusunda yayın yapmaktadırlar. Bu ajanslar hem üretim hem de dağıtımda uluslararası bir güce sahip olmalarının yanı sıra küresel haberciliği de yönlendirmektedir. AP, UPI, AFP, TASS ve Reuters uzun yıllar boyunca etkinliklerini sürdürmüşlerdir. Bu haber ajanslarından güç yitirenler de olmasına rağmen Batı ve ABD merkezli ajanslar küresel alan da daha etkilidir. Söylem, yorum, görsel seçimlerinde bunları dikkate alarak enformasyon akışını sağlarlar. Özellikle az gelişmiş ülkelerin haber bağımlılığı bu ajansların dev birer güç haline gelerek egemenlik kurmalarının önünü açmıştır.

Bunun yanı sıra kendi ülkelerine yönelik haberleri de yine kendi bakış açılarıyla sınırlamaktadırlar. Kendi imajlarını yaratmak için bu denli bir güç bir ülke için oldukça önemlidir. Bu ajansların egemenliği kendi ulusal medyasında da etkilidir. Dünyanın her bir yanından aldıkları haberleri ulusal medya ve kamuoyuyla paylaşmaktadırlar. Bu haber ajanslarının bu kadar etkili olması, teknolojik altyapıları, geliştirmeleri ve güncel teknik ve trendler takip edebilmelidir. Çağın gerekliliklerini takip etmesi, teknolojik yenilikleri ve sermaye ilişkilerini güçlendiren bu ajanslar her geçen gün gücünü artırmaktadır.

Gazete ve televizyon kanallarından da tıpkı haber ajansları gibi en bilinen ve dünyanın birçok yerine ulaşan örnekleri de mevcuttur. The New York Times, CNN, The Washington Post, BBC gibi haber kanalları ve gazeteler de tıpkı haber ajansları gibi dünyanın her yerine ulaşmaktadır. Ulusal kanallardan çıkıp uluslararası bir nitelik kazanmışlardır. Örneğin; The New York Times, 2018 yılının üçüncü çeyreği itibarıyla 150 milyon aylık okuyucuya ulaşırken, uluslararası (ABD dışında) okuyucular, toplam okuyucu kitlenin %27'sini ve abonelerinin %16'sını oluşturmuştur (New York Times, 2018). Ayrıca 2024 yılı Şubat-Mart Nisan aylarında New York Times gazetesinin internet sitesi toplam 657 milyon, The Guardian 366 milyon, Independent ise 103 milyon okuyucuya ulaşmıştır (similarweb, 2024). Reuters Haber Ajansı'nı ise 16 dil, 100'den fazla ülkede 780 televizyon yayıncılığı, 128 ülkede 2000'den fazla medya alıcısı mevcuttur (Reuters, 2024). Çoğu olaylarda bu gazetelerde ve kanallarda yayınlanan haberler referans olarak görülmekte, yorumlanmaktadır. Ancak bu habercilik kanalları da Batı merkezli ve tek yönlü haber akışını desteklerken, bu bakış açısıyla yayınlanmış söylem ve yorumların benimsenmesinde rol oynamaktadır. Özetle, gazeteler, televizyon kanalları ve haber ajanslarının gerçekleştirdiği uluslararası haber ve enformasyon akışı dünya siyasetini de etkilemekte ve çoğu zaman da şekillendirmektedir.

Haber ajansları işleyişleri, ekonomik yapısı gibi durumları ait oldukları ülkelerin hukuki düzenlemelerine bağlıdır. Her ülkenin haber kuruluşları buna göre şekillenmektedir. Siyasi ve hukuki yapıya göre devlet denetiminde veya tamamen özel girişimdir. 1970’lerle birlikte ajanslara yönelik eleştirel başlamış, ajansların ekonomik güçleri, diğer kuruluşlar üzerindeki etkileri, haberleri ticari bir ürün haline getirmeleri, haber üzerindeki etkileriyle beraber mülkiyet sorunları ve tekel haline gelmelerine yönelik sorunlardan bahsedilmiştir. Çok sayıda haber ajansı mevcuttur. Ancak dünyanın her yerine yayın yapan ve çok sayıda alıcıya ulaşan haber ajanslarının sayısı azdır. Burada Batı’nın üstünlüğü mevcuttur AP, AFP, Reuters gibi üç büyük haber ajansı ve Rusya’ya ait olan ancak diğerleri kadar etkili olmayan dördüncü ajans ise TASS’tır. Buradan hareketle haber dağılımında eşitsizlik, dengesizlik ve bağımlılığın yönü de kendini göstermektedir.

Haber ajanslarının, haber ve bilgi üzerindeki etkisi yalnızca içerikle ilgili değildir. Topladıkları bilgi ve haberleri nerede, ne zaman, hangi bağlamda vereceklerini veya medyaya hiç yansıtmama gibi güce sahip olmaları hem tek yönlü akışı ortaya çıkarmakta hem de algılama sürecini etkileyerek algı yönetimindeki rolünü de ortaya çıkarmaktadır. Bağımsız Ülkeler Enformasyon Koordine Konseyi Başkanı Mustafa Masmudi 1978’de UNESCO’ya gönderdiği belgeye göre ajanslar, gelişmekte olan toplumları “en uygunsuz ışıktaki, krizler, gerginlikler, çatışmalar, sokak gösterileri, darbeler vs. içinde hatta alay eden şekilde göstermekte; Batılı ajanslar, gelişmekte olan ülkeleri dışarıya, bu yıkıcı haberler ve çarpık imajla tanıtmaktadırlar (Uluç, 2008, s. 256). Bu yolla Batılı olmayan, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelere karşı önyargı ve stereotipler oluşturularak algılama süreci de etkilemektedirler. Haberlerin içeriğinde kullanılan kelimeler, deyimler, kalıp cümleler, benzetmeler, betimleme ve nitelendirmeler gibi söylemle ilgili her şey bu kuruluşların ideolojik, kültürel ve siyasal yapısıyla yakından ilgilidir. Dünya üzerinde etkili



olan çok sayıda alıcıya ulaşan bu haberler ve kullanılan dil/ söylem diğer ülkelerden gelen haberlerle bu ülke ve uluslara dair fikir oluşmasını sağlamakta, algıyı etkileyerek tutum ve davranışlar üzerinde etkili olmaktadır. Yani onların dilinden okuyup, onların dilinden tanıyarak kalıplar oluşturulmaktadır. Falklands ve Malvinas, aynı adalara verilen isimler olmakla beraber, daha güçlü olan ülkenin dili hangisiyse o ismi kamu tarafından benimsenmektedir. Olayları yorumlama ve aktarma şekli de oldukça önemlidir. Çünkü bu kuruluşlar ait oldukları ülkelerin ideolojik, siyasi, kültürel ve sosyal taşıyıcısı olup, bu yapılar göre işleyişlerini sürdürmektedirler.

Batılı haber kaynakları, belirli uluslara, toplumlara karşı bazı imajları yaratarak, buralarda yaşananlara dair belli kalıplarla haber aktarımını yapmaktadır. Özellikle kendi politikalarına göre şekillenen ve çoğu zaman ön yargı doğuracak imaj ve ifadeler yer veren uluslararası medya kuruluşları yarattıkları algı ve gerçeklikle Batı'nın egemenliğini sürdürmeye devam etmektedir. Ancak günümüzde iletişim ve haber pratiklerinin özellikle sosyal medyaya beraber değişmeye başlamasına rağmen Batı medyasının hakimiyeti ana akım medyada devam etmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya gibi platformlar da Batı'nın üretimi olup, zaman zaman bu mecralar üzerinde de kısıtlamalar, sansür ve kontrol gücü kullanılmaktadır. Sanayileşmiş ve gelişmiş ülkeler ekonomik istikrarı da sağlamakta, bu sayede dünya pazarına birçok alanda hakim olmaktadır. Ulus ötesi iletişim kuruluşları da buna dahildir. Kapitalist sistemin 1970'lerde yaşadığı krizin çözümü olarak ortaya çıkan sermayenin küresel düzeyde yeniden yapılanmasının önemli görünümünden birisi küresel ekonominin başlıca aktörlerinden olan ulus ötesi şirketlerdir (Başaran, 2004, s. 16). Bunlar, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin medya ve enformasyon dağılımında eşitsizliklere neden olurken ulus ötesi medya girişimleri dünya düzeninde bilgi üzerinde durağanlık ya da hareketlilik oluşturmaktadır. Günümüzde, medya etiği ve gerek medya

kuruluşunun kendi medya politikası gerekse devletlerin medya politikaları sonucu enformasyon büyük ölçüde bozularak, dezenformasyona dönüşmekte; bunun sonucunda ise bugün, yalnızca uluslararası haber ajansları tarafından duyurulmuş haberler, haber değeri taşımakta bu haberlerle kurgulanmış bir küresel kamuoyu oluşturulurken, geri kalmış veya gelişmekte olan ülkeler, bu kurgu içinde yalnızca savaş, felaket veya suç haberleriyle yer almaktadırlar (Yoloğlu, 2017, s. 14).

Günümüzde bilgi; iletişimin küreselleşmesi, internet ve sosyal ağların gelişmesiyle her zamankinden önemli olmuştur. Çünkü bilgiye sahip olmak, onu kontrol edebilmek ve üzerinde etkiye sahip olmak bir güç haline gelmiştir. Dünya üzerinde neredeyse tüm ilişkiler bilginin etrafında şekillenmektedir. Bu nedenle bilgiye sahip olmak ve kontrol edebilmek, bu ilişkiler üzerinde de etki sahibi olabilmek demektir. Algı yönetimi, propaganda, kamu diplomasisi, gibi meşrulaştırma, ikna ve rıza üretimi uygulamalarının hepsi bilgiden ve bilgiye sahip olup, onu kullanabilmekten geçmektedir.

Enformasyon ve iletişim alanını geliştirmenin yolu olarak da özelleştirmeler ve piyasanın serbestleştirilmesi önerilmekte; önerinin temelinde ise bu politikaların uygulandıkları gelişmiş ülkelerde başarı sağlamış olduğu, rekabet sayesinde bu ülkelerde telekomünikasyon ağlarına yatırımın arttığı ve bunun da enformasyon ve iletişim teknolojilerinin hızla yayılmasına neden olduğu görüşü bulunmaktadır (Başaran, 2004, s. 16). Ekonomik düzenin getirisinde rekabet, pazar yarışı ve pazarlama, fark yaratarak kar sahibi olmak, enformasyon ve iletişim teknolojileri için de oldukça önemli bir yere sahip olmuştur. Bu teknolojiler hem mal ve ürün hem de bu süreçler için araç olmuştur. ABD ve Batı'nın teknolojik ve ekonomik olarak öncü olması, enformasyon teknolojilerinde de liderlik kazanmasını sağlamıştır. Bu nedenle, özellikle bu "ürünler", bireysel tüketim için üretilmiş, ancak etki olarak toplumsal bir nitelik kazanmıştır.

Enformasyon ve iletişim araçları günümüzde geldiği noktada yalnızca araç olmaktan çıkmış, başlı başına önemli bir değeri olan ticari ürün haline gelmiştir. 1980'lerle beraber medya kamusal işlevini yitirerek haber ve bilgi aktaran bir araç olma işlevi yerine tıpkı sanayi ve endüstri şirketleri gibi bilgiyi kullanarak üretim ve dağıtım yapan küresel bir araç olmuştur. Özellikle ilk kez Batı ve ABD medyasında başlayan bu dönüşüm medyaya olan eleştirileri artırsa da küreselleşme ve kapitalist düzenin getirdikleriyle bu niteliği kazanmıştır. Bu sürecin sonucu ama aynı zamanda da aracı olmuştur. 20. yüzyılda iletişim ve medya ürünleri metalaşmış, yeni düzene ayak uydurmuştur. Popüler kültürle de birlikte medya ve iletişim sektörü kar amacı güden bir endüstri haline gelmiş, tekelleşme ve mülkiyet yapısı dev medya kartellerini ve eğlence endüstrilerini ortaya çıkarmıştır. Kapitalizmin giderek yoğunlaştığı bir dünyada medya kuruluşları varlıklarını sürdürme mücadelesi vermekte, kaynakların büyük bir kısmını desteklemek için ağırlıklı olarak reklam gelirlerine bağımlı hale gelmiştir. Bunun yanı sıra ticari bir olduğu için sermaye ilişkileri kurmaktadır. Teknolojik altyapı, ileri seviye kablo teknolojisi, bilgisayar ve uydu teknolojisi medya holdinglerinin hem ulusal hem de uluslararası faaliyetlerde bulunmasını kolaylaştırmaktadır. Çünkü bunlar için oldukça büyük bir bütçe gerekmektedir. Holdinglerin yapısı bu maddi gücün beslenmesine yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra reklam da en önemli unsurlardan birisidir. Büyük çaptaki holdinglerin kendine ait medya kuruluş, kanal ve ürünlerinin reklamlarını daha etkili ve daha az maliyetler yapabilmelerini sağlamaktadır. En önemlisi de kendisini görünür kılma gücüne sahip olmuştur. Kamu yararı, kar amacı, yasal düzenlemeler arasındaki çelişkili durum yaşansa da medya sektörü, kar amacının kamu yararı ilkelerinin önüne geçtiği bir endüstri haline gelmiştir. İzleyici bir müşteri olarak görülmektedir.

Küresel şirketler, tekel devler, iletişim ve enformasyon kanallarının üretim ve dağıtım aşamalarını, ticaret kanallarının

uluslararası boyutta ele geçirmiş; özellikle küreselleşmeyle hem içerik hem de donanım bu şirketlerce kontrol altına almışlardır. Eşitsizliğe ve dengesizliğe neden olsa da bu şirketler yani merkez ülkeler, diğer ülkeleri yani çevre ülkeleri kendi pazarları haline getirerek amaçlarına yönelik, kendi politika ve ilkeleriyle üstünlük kurmuşlardır. Sermaye ve politik ilişkiler medyanın kendi kontrolünü kaybetmesine ve ilkelerin geri planda bırakmasına sebep olması tarafsız ve doğru bilgiye olan güveni de sorunlu hale getirmiştir

Medyada içerikler ve enformasyon alıcı kitleye ulaştırılırken belirli prosedürlerden geçmekte, çerçeveleme, öne çıkarma gibi tekniklerle yeniden kurgulanmaktadır. Aslına bakıldığında bu uygulamalar, dışarıdan sayısız akışa sahip olan haberlerin izleyiciye seçilerek ulaştırılması, bu haber denizinde alıcının en doğru, en etkili ve kamu yararı için en uygun olanın iletilmesi için normal bir süreç olarak nitelendirilebilir. Ancak bu süreçte kullanılan teknikler manipülatif bir nitelik kazandığında etik olarak birçok tartışmaya sebep olduğu gibi sonuçları da belirli çıkarları beslemektedir. Algı yönetimi ve propaganda için haber içeriğinin yönlendirilmesi, teknolojik gelişimle beraber dijital manipülasyon uğratılması, gerçeklerin çarpıtılması, yanlış bilinç oluşturma çabası yalnızca etik değil, siyasal, sosyal, ekonomik krizlere de yol açmaktadır. 1991 ve 2003 yıllarındaki Körfez Savaşları, bu duruma en uygun ve en bilinen örnekler olarak gösterilebilir. Bu savaşlar sırasında devlet hem haberlerin içeriğine ordu aracılığıyla müdahale etmiş hem de gazetecileri kullanarak kendi filtrelerini oluşturarak haberleri alıcıya ulaştırmalarını sağlamıştır. Propaganda ve kamuoyu oluşturma aracılığıyla yapılan bu taktikler sırasında dezenformasyon, misenformasyon, çerçeveleme ve süzgeçlerden geçirme gibi haberleri yönlendirdiği tekniklerle savaşın iç yüzü ve gerçekler tahrip edilmiştir. Özellikle II. Körfez Savaşı'nda ortaya çıkan iliştilenmiş gazetecilikle habercilik için yeni bir sayfa açmıştır. Medyanın hem içerik hem de teknolojik altyapısının güç odakları tarafından

kullanılması, medyanın etki altında görevini yaparak kitlelere ulaştığını göstermektedir. Bağlam, donanım ve içerikle propaganda, algı yönetimi gibi amaçlarla kullanılması medyaya manipülatif bir nitelik kazandırmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde olduğu kadar gelişmekte olan ülkelerde de, ana organizmayı oluşturan merkez medya farklı ideolojik ve politik duruşlara ve çatışan ekonomik çıkarlara sahip olsalar da, genellikle “devletin ali çıkarlarına” göre hareket eden ortak tavrın içinde yer almakla birlikte, bu geleneksel duruşun büyük ölçüde değiştiği gözlenmekte; bugün küresel gelişmelerin ortaya koyduğu kültürler üstü bir kültür dinamiği iletişim araçları aracılığıyla toplumlar üzerinde hem etki hem de denetim ağı oluşturarak yaygınlaşmaktadır (Paçacı, 2013, s. 39-40).

Uluslararası iletişimde büyük bir güce ve hakimiyete sahip olmak, uluslararası enformasyon ve haber akışında kontrolü de beraberinde getirmektedir. Bilginin ve yayılmasının üzerindeki bu kontrol edebilme gücü diğer ülkelere karşı birçok alanda da üstünlüğü sağlamaktadır. Başta algı yönetimi olmak üzere propaganda, manipülasyon, toplum mühendisliği gibi birçok ikna ve rıza üretim sürecinde önemli bir güçtür. Özellikle tek taraflı olan ve dengesiz bir sürecin işlemesi bunu daha da pekiştirmekte, diğer ülkeleri dezavantajlı konuma getirirken, etken ve edilgen olarak ayrışılmasına sebep olmaktadır.

İletişim sektörünün farklı alanlardaki iş birlikleri, ilişkileri, siyasi ve ekonomik entegrasyonlar hem ulusal alanda egemenliği hem de uluslararası genişlemeyi de beraberinde getirmektedir. ABD’nin iletişim endüstrisindeki bu uluslararası gücü de buradan gelmektedir. Günümüzde birçok ülkedeki iletişim ve medya formatlarının ana kaynağı başta ABD ve daha sonra Batı Avrupa’dır. İletişim endüstrisinin kurduğu iş birlikleri ve bütünleşmeler ile gelişmiş teknoloji özellikle ABD’yi diğer ülkeler karşısında öne geçirmiştir. Hem Batı hem de ABD medyası, özellikle ABD ve Avrupa hakimiyetinin her

alandaki meşrulaştırılması ve enformasyon/haber üzerindeki hegemonyanın normalleştirilmesi için çaba sarf etmektedir. Özellikle demokrasi, özgürlük, temel hak ve özgürlükler üzerine kurulan medya söylemlerin sıkça vurgulanarak yapılan bu haber süreci önemli bir basamak olmuştur. Uluslararası medya ve enformasyon kuruluşlarıyla ulus ötesi bir nitelik kazanmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ve internetle zaman ve mekan sınırlılığından kurtulan haber ve enformasyon akışı küresel bir dolaşımın politik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelerin anlık olarak sayısız veriyle aktarılmaktadır. Ulusal ve uluslararası yaşanan her gelişme küresel platformlarda da aynı şekilde karşılık bulmaktadır. Medya, ulusal ve uluslararası siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel politikaların birbir yansıtıcısı olarak da görülmektedir. Medya, bu politikaları hem etkilenen hem de etkileyen bir kitle aracıdır.

### **2.3. Medyanın Tarafsızlığı ve Bağımsızlığı Üzerindeki Tehditler**

Küreselleşme; sermaye akışkanlığı, yatırımların, malların, hizmetlerin ve paranın küresel hareketliliği, ekonomilerin bütünleşmesi, kitlesel üretimden teknoloji temelli üretime geçiş, iletişim ve bilişim ağlarının gelişimi, bilginin küresel hale gelmesi, ulus devletlerin etkinliğini yitirmesi, uluslararası kurumların ya da çok uluslu şirketlerin küresel olarak etkinliklerinin artması, küresel bir sivil toplum olgusunun ortaya çıkması, küresel kimlik ve kültürün doğuşu gibi birçok gelişmeyi ifade eden bir kavramdır (Bostancı, 2020, s. 105). Küreselleşme toplumları, çeşitli yönlerden etkileyen evrensel bir süreç olarak yaşanırken kendi ideolojisini etkin ve yaygın bir şekilde uluslarüstü ölçekte inşa etmekte ve dünyayı kaplayan teknolojik imkanlar ve kitle iletişim araçları ise bu ideolojinin meşrulaştırılması ve kabul ettirilmesi için bir tür bilgi dolaşımı ve algı üretim şebekesi oluşturmaktadır. (Paçacı, 2013, s. 41). Medya küreselleşmesi; medya kuruluşlarının, sermaye birikimi ve kar maksimizasyonu mantığına göre yapılanması

olan korporatizmin dünya çapında kapsamını genişlettiği anlamına gelir. Korporatizm dünyaya hükmeder, dolayısıyla bilgi ve teknolojiyi metaya dönüştüren veya meta karakterini yoğunlaştıran mülksüzleştirme yoluyla birikim süreçlerinde giderek medya şirketlerine dönüşen medya ve enformasyon kuruluşlarını da yönetir. Medya küreselleşmesinin bir başka yönü de 20. yüzyılda, günümüzde zaman-mekan sıkıştırmasıyla gerçek zamanlı olarak iletişime ve bilginin iletilmesine izin veren küresel iletişim ağlarının ortaya çıkmasıdır (Fuchs, 2010, s. 46). Medya, ülkelerin geçmişten gelen askeri, kültürel, politik ve jeostratejik politikalarının bir uzantısı olarak hareket etmektedir. Bunun yanı sıra medya, Batı'nın diğer uluslar üzerindeki tutum ve emperyalist fikirlerini desteklemekte hatta beslemekte, uluslararası bir fikir birliği yaratılmasına aracılık etmektedir.

Ticaretin her çeşidi ürünlerin taşınmasını sağladığı gibi, fikirlerin, ideolojilerin ve en önemlisi bunlara şekil veren enformasyonun da taşınmasını sağlamaktadır. Küresel ticarete yeri olan ülkeler, bu hareket üzerinde egemenlik sağladıkları gibi günümüzde bunun yönetilmesini de sağlamaktadır. Gelineen noktada teknoloji aktarma ve bunun yönetilmesi de imkan kazanmıştır.

Yayıncılık, telekomünikasyon ve iletişim araçlarının üretimi gibi enformasyon sektörü, birinci sırada gelen finans sektörü kadar olmasa da oldukça büyük ve yoğun bir sektördür. Enformasyon sektörü, finansal olarak özellikle bulunduğu ülkenin banka ve finansal sistemi aracılığıyla da varlığını sürdürmektedir. Buradan da bakıldığında çift taraflı bir bağıllık vardır. Bankalar da bulunduğu ülkenin hükümetin kanunlarına göre yönetilmektedir. Bu nedenle, bankacılık sektörü kanunlara aykırı hareket edememekle birlikte, kendi ve devlete olan maddi yükümlülüğünü yerine getirmek için yatırımlarına veya destek verdiği sektörleri/firmalara dikkat etmelidir. Finansal kaynak sağlamayan holdingler, firmalar küresel pazarda yerini koruyamayabilir. Bu sebeple, sadece

devlete değil, devletin kanunlarına ve vergi sistemine bağlı olduğu, kaynak sağlayabileceği bankalara da bağımlıdır. Ana ülke dışındaki kaynak bulma, yatırım, bağlantılar, istihdam, varlıklar, satışlar, karlar medya kuruluşunun küreselleşme derecesinin göstergesidir. Hesaplanan ortalama payların %60'a yakın olması, tamamen küresel enformasyon şirketlerinin ortaya çıkmasının değil, bu şirketlerinin operasyonlarının küreselleştiğinin bir göstergesidir. Bu çokuluslu enformasyon şirketlerinin tümü kapitalist karaktere sahiptir, her biri birbiriyle bağlantılı, ulusal ve ulusötesi düzeylerde sermaye birikimine odaklanmaktadır (Fuchs, 2010, s. 45). Dünyanın en büyük enformasyon şirketlerine ilişkin veriler, ulusal ekonomilerde oldukça sağlam temellere sahip olmalarına rağmen varlıklarının, satışlarının, istihdamlarının ve kendi ülkelerinin dışında bulunan şirketlerinin çoğunluğu için çokuluslu şirketlerinin genel eğilimini, takip ettiklerini göstermektedir. Her zaman aynı yol takip edilmese de ortaya çıkan nitelikler sistemleri dönüştüren, ancak onların yerini almayan ve ortadan kaldırmayan eski niteliklere yapılan eklemelerdir.

Petrol, gaz ve bankacılık endüstrisinden daha geri kalsa da ekonomide bilginin öneminin artmasının yansıması olarak, bilişime doğru bir eğilimle küresel kapitalist ekonomide enformasyon şirketlerinin değeri de artmıştır. Forbes 2021 Global 2000, World's Largest Public Companies listesine göre Apple, Samsung, Alphabet, Microsoft, Verizon Communication, Comcast, China Mobile, Facebook, Sony, Intel, Nippon Telegraph & Tel, Deutsche Telekom, General Electric, IBM gibi internet, iletişim ve telekomünikasyon şirketleri ilk 100 içerisinde yer almaktadır (Forbes, 2021). Bu şirketlerin yanı sıra medya ve enformasyon sistemlerine sahip olan birçok holdingin de yer aldığını belirtmek gerekmektedir. Burada önemli bir diğer nokta ise ilk 100 listesine ve hatta yayınlanan ilk 2000 listesine giren şirketler ağırlıklı olarak ABD, Çin ve Batı ülkelerine aittir. Bilgi savaşı



kesinlikle yeni emperyalizmde savaşın önemli bir özelliğidir. Burada bilgilendirici olmasından daha çok bilginin karşı tarafı etkilemesi, algının yönetilmesi ve sonucunda “düşmanı” yenmesi amaçlanmaktadır.

Medyanın en önemli gücü bireyleri ve toplumları etkileyerek, düşünce, tutum ve davranışları değiştirmekte olan etkisidir. Medyanın bu gücü, üzerinde kontrol ve sahiplik kurulmasına dair amaçların en önemli sebebidir. Medyanın etki alanı ve hedefi oldukça geniş olmakla beraber demokratik rejimlerde dördüncü güç olarak da nitelendirilmektedir. Yasama, yürütme, yargıdan sonra gelen dördüncü güç, demokraside denetim mekanizmasını oluşturmaktadır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında iletişim ve medya sektörü hem uygulama hem de kuramsal açıdan değişikliğe uğramış ve bu dönemden sonra medya pratiklerinde değişimler başlamıştır. Özellikle ABD, savaş sonrasında medyanın gücünün ve iletişimin öneminin fark edilmesiyle bu alandaki yatırımlarını artırıp çeşitlendirmiş, 1970’lerden sonra da teknolojik gelişmelerle yeni bir süreci başlatmıştır. Küresel pazarlara açılan ABD, iletişim dengesizliğini de körüklemiştir.

Ticari hareketliliğin yanı sıra veri/data bilgi alışverişi ülkeler arasında her geçen gün artmakta, bir ürün gibi ticareti yapılmaktadır. Endüstri, sanayi, teknoloji, sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik, iletişim gibi tüm alanlardaki işleyiş ve ilerleme bilgi akışına bağlı hale gelmiş, bu akış ve akışı sağlayacak sistem ve hizmetler olmadan birçok süreç duracaktır. Bu nedenle enformasyon, veri akışı ticari bir nitelik kazanırken bilgi en temel ve stratejik öneme sahip ürün olmuştur. Uluslararası diplomasi ve ekonominin yeniden yapılandırılmasında, diplomatik ve ekonomik üstünlüğün sürdürülmesinde bilginin kilit konumunda olması gerçeğinin bilincinde olan ABD ve güdümündeki gelişmiş ülkeler, uluslararası bilgi akışını yoğun biçimde denetleme yoluna giderek her zaman, kendileri için gerekli bilgileri, gerekli koşullarda ve gerekli zamanda yayma biçiminde olmuş ya da

iletişime, belgelere yansımayan çeşitli engeller, yasaklamalar konulmuştur (Bostancı, 2020, s. 43-44). Yanlış bilgi verme, saklama, çerçeveleme, eksik bilgi verme gibi uygulamalar bilgi üzerinde kontrol için başvurulan yöntemlerden en çok kullanılanlardır.

Bilgi ve bilginin üzerindeki kontrol, bilgi ve iletişim teknolojilerini de önemli bir hale getirmiştir. İnsan gücü, kas gücü ve makinelerden daha fazla öneme sahip olan bilgi rekabetin çerçevesini, sanayi stratejilerini, ticaretin sınırlılıklarını yeniden çizmiş, her şeyin temelinde olan bilginin önemi her geçen gün artmıştır. Bilgi ve bilginin ticareti bilgi toplumunun ana unsuru ve temel karakteristiği olmuştur. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte 1980'lerden sonra ortaya çıkan uydu yayıncılığı, coğrafi ve siyasal sınırların ortadan kalkmasıyla, “haber ve mesajların” içerik ve değerini değiştirerek iletişim alanında, adeta kalıcı ve kapsamlı bir devrim yaratarak, iletişim ve bilgi işlem alanındaki gelişmelerle küresel çapta bir iletişim devrimi yaşatması ve bu dönemin ise “enformasyon çağı” veya “iletişim çağı” gibi kavramlarla kodlandığı görülmektedir (Paşacı, 2013, s. 41).

Uluslararası iletişim dengesizliğinin temelinde birçok sebep yatmaktadır. Ekonomik altyapı ve sistemlerin başta sayılabileceği bu nedenler arasında teknolojik eşitsizlik, uluslararası tekelleşme-holdingleşme, ABD'nin desteklediği serbest haber akışı düşüncesi, uluslararası haber ajanslarının küresel alandaki etkisi, etik ve hukuki düzenlemelerin yetersizliği gibi nedenler buna zemin hazırlamıştır. İletişim teknolojilerinde ve altyapısındaki gelişmeler ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların yarattığı dengesizlikler tek taraflı haber akışının yanında bu teknolojilere sahip ülkelerin üstünlüğünü de beraberinde getirmiştir. Birçok ülke arasında artık farkın kapatılamayacağı kadar büyük bir uçurum söz konusudur. Avrupa'nın birçok ülkesi ve ABD bu tek kutuplu ilerlemenin merkezi olup, diğer ülkelere karşı üstünlüğe sahiptir. Uydu sayısındaki artış ve teknik altyapı

sistemlerinin gelişmesiyle enformasyon kanalları ve akışında çeşitlilik çoğalırken, iletişim alanında da pazar arayışı artmış, rekabet başlamış ve iletişim alanında yeni tartışmaları da başlatmıştır.

### **2.3.1. Küresel Enformasyon ve Haber Akışı**

Küresel enformasyon ve akışını birkaç konu üzerinde anlatarak genel bir sebep sonuç ilişkisi çizilebilir. Bu konuların hepsi birbirinden ayrı olsa da zincirleme olarak bağlı olmakla beraber etki ve sonuçları ortaktır. Haber akışındaki dengesizliğin nedenleri arasında en önemli üç nedenden bahsetmek mümkündür. Bunlar:

1. Ülkelerarası teknolojik gelişmelerin eşit olmayan dağılımı.

2. Serbest Enformasyon Akışı ilkesi (Serbest Bilgi Akışı, Özgür Bilgi Akışı).

3. Sektördeki tekelleşmelerdir.

Bu üç noktada aktif rol oynayan aktör ise gelişmiş ülkeler, daha çok Batı Avrupa ve ABD'dir. Tek kutuplu seyir izleyen bilgi akışındaki bu dengesizliğin etkileri ise küresel çapta gerçekleşmektedir. Hamelink, enformasyon dengesizliğini şu şekilde özetlemiştir (1991, s. 262): Enformasyon dengesizliği, bazı ülkelerin diğerlerine kıyasla daha fazla yararlı bilgiye sahip olmasının yanı sıra, enformasyon üretme, kaydetme, işleme ve dağıtım konusunda daha geniş olanaklara ve kapasiteye sahip olmaları durumunu ifade etmektedir.

Tek yönlü haber akışı dengesiz bir ilişki yaratmaktadır. Bu süreç, ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal etkileriyle beraber, büyüyen uçurum nedeniyle eşit olmayan bir bağımlılık da ortaya çıkarmaktadır. Bu süreçle ilgili getirilen en büyük eleştirilerden birisi budur. Bu şekilde bir bağımlılık ve dengesiz dağılım, enformasyon güvenilirliğiyle ilgili soru işaretleri doğurmaktadır. Bu dengesizlik ve diğer sorunların temeli ekonomik ve politik gelişmişlik düzeyindeki farklılıklardır.

Ülkelerin yalnızca gelişmişliği değil, bu gelişmişlik düzeyinin doğru şekilde kullanılması da önemlidir. Ülkenin yatırımları, düzenlemeleri, politikaları, teknoloji ve endüstriye verdiği değer gelişmiş ülkelerin de birbirinden ayrılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, her gelişmiş ülke etkili ve baskın olmazken; her gelişmemiş ülke ise edilgen, kontrol edilen ve uyum sağlayan tarafta yer almaktadır. Mevcut küresel sistem her alanda bu şekilde işlemektedir. Özetle; gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki politika oluşturma süreçleri ve iletişim teknolojileriyle bunların kullanım biçimleri ve yaygınlığı, ülkeler arasındaki farklılıkların oluşmasının nedenini oluşturmaktadır (Başaran, 2004, s. 29). Ekonomik ve kültürel yönden gelişmiş olan ve iletişim teknolojilerini geliştirmeye devam eden ülkeler, iletişim imparatorlukları kurarak egemenliklerini güçlendirmiş, etki ve üstünlüklerini daha da yaygınlaştırmışlardır (Uluç, 2008, s. 240).

### 2.3.2. Serbest Enformasyon Akışı İlkesi

Serbest enformasyon akışı kavramı, olumlu bir ilke gibi görülmüşse de dengesiz enformasyon akışındaki rolü fark edildiğinde kavramla ilgili tartışmalar da başlamıştır. Serbest enformasyon akışı, başta ABD olmak üzere, Batılı devletlerin dengesiz iletişim düzeninde savundukları ve tartışmalar sırasında öne sürdükleri bir kural, kavram olmuştur. Ancak haber akışındaki bu durum, gelişmiş ülkelerin baskın olduğu iletişim düzeninde sorunlara yol açmıştır. Birçok fikirde propaganda ve sansür gibi iletişimin en başat sorunlarından biri olarak görülmüş, kontrolsüz bir problemler zincirini ortaya çıkardığı ifade edilmiştir.

İletişim alanındaki dengesizlik, üretim, dağıtım ve izleyiciye ulaştırılan enformasyon akışındaki eşitsizlik yalnızca günümüz sorunu değildir. Özellikle 1970'lerden itibaren bir sorun olarak görülmüş ve giderek büyüyen bir hal almış, UNESCO'nun girişimiyle incelemeler ve raporlar düzenlenmiş ve uluslararası bir tartışma konusu

haline gelmiştir. UNESCO, özellikle bilgi akışı ve belirli kitle iletişim araçlarının gelişimiyle ilgilenmiştir; iletişimin sosyo-kültürel olgu haline geldiğini ve tüm uluslardaki siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel, bilimsel, eğitimsel ve teknolojik gelişmelerden ayrılamayacağını da vurgulamıştır. Bu amaçla birkaç defa düzenlenen UNESCO konferansları sonrasında, konferansta alınan kararlar doğrultusunda Sean MacBride'in başkanlığında üçüncü dünya ülkelerinin mevcut durumları ve sorunları, çözümleriyle özgür ve dengeli enformasyon akışının incelendiği, 16 üyenin yer aldığı MacBride Komisyonu kurulmuştur (MacBride, 1980, s. xvii). Bu Komisyon 1977'de ilk toplantısını Paris'te gerçekleştirmiş, 1979 yılına kadar da devam etmiştir.

Komisyon birçok konu üzerinde inceleme, analiz ve çözüm önerileri üzerine rapor hazırlamıştır. Özgür akış, tek yönlü akış, dengesizlik gibi kavramların yanı sıra gazetecilik ve medya üzerine eğitim, pratik ve öneriler de sunmuştur. Bu rapor az gelişmiş ülkeler tarafından desteklenirken, gelişmiş ülkeler tarafından ise olumsuz karşılanmıştır. Raporda, üçüncü dünya ülkelerinin, sanayileşmiş ülkelerinden gelen baskın ve dengesiz enformasyon akışına yönelik olarak serbest akışın, tek yönlü haber akışından başka bir şey olmadığı gibi bunun yeniden düzenlenmesi gerektiği de savunulmuştur (MacBride, 1980, s. 36). Rapor, bu sorunlara karşılık iki yönlü akışı, dengeli ve serbest akışı işaret etmiştir. Özellikle SSCB'nin üzerinde durduğu bu savlara karşılık olarak, sorunların muhatabı olan Batı ve ABD buna "iletişim özgürlüğü" penceresinden bakarak serbest akışı destekleyerek, buradaki egemenliklerini bırakmak istememişlerdir. Raporda; kitle iletişim araçlarının, ezilmiş halkların özgürlük, bağımsızlık ve iletişim haklarının korunmasının rol ve sorumluluğu vurgulanmıştır (İnceoğlu, 2015, s. 342). MacBride Raporu'nda mevcut sorunlar tespit edilirken iletişim ve araçlarının işlevleri sekiz ana başlık altında toplanmıştır (Bülbül, 2000, s. 46-47):

1. Haber ve bilgi sağlama,

2. Toplumsallaştırma,
3. Güdüleme,
4. Tartışma ortamı hazırlama,
5. Eğitim,
6. Kültürün gelişmesine katkı,
7. Eğlendirme
8. Bütünleştirme iletişim araçlarının en temel işlevleridir.

Yeni bir dünya bilgi ve iletişim düzeninin kurulması teşvik edecek ulusal ve uluslararası önlemlerin aşamalı olarak uygulanması gerekmektedir. Gelişmekte olan ülkeler, iletişim alanındaki bağımlılıklarını ortadan kaldırmak için gerekli değişiklikleri yapma konusunda birincil sorumluluğa sahiptir. İhtiyaç duyulan eylemler ulusal düzeyde başlamalı, ancak ikili, alt-bölgesel, bölgesel ve bölgelerarası düzeylerde güçlü ve kararlı anlaşmalarla tamamlanmalıdır. (MacBride, 1980, s. 268-269). İletişimin geliştirilmesi için iş birliği küresel bir sorundur ve bu sebeple, tüm üye devletlerin, ilgili konuları tam olarak tartışabildiği ve çok uluslu eylemlere karar verebileceği uluslararası örgütler önem taşımaktadır. Bu nedenle, hükümetler, iletişim alanındaki uluslararası kuruluşların yapılarını ve programlarını dikkatle incelenmesi ve gelişen ihtiyaçları karşılamak için gerekli değişiklikler belirlenmelidir (MacBride, 1980, s. 269). Bu raporda iletişim ve haber dolaşımında dengesizliklerin ve eşitsizliklerin kaldırılması, kamusal ve özel tekellerin, aşırı temerküzlerin olumsuz etkilerinin kaldırılması, dengeli enformasyon ve serbest dolaşıma engel olan öğelerin kaldırılması, çoğulculuk, basın enformasyon özgürlüğü kültürel kimlik ve ulusal çıkarlara, toplumsal değerlerine saygı duyulması gibi eşitlikçi, adalet ve karşılıklı yarar temelinde kararlar da alınmıştır (Uluç, 2008, s. 159-160).

UNESCO'nun girişimleri ve MacBride Raporu, Batı tarafından antidemokratik bir girişim olarak nitelendirilirken,

bu kararların gerçek basın özgürlüğünün hedefleriyle çelişeceğine dair karşı çıkmışlardır (Uluç, 2008, s. 161). ABD'nin dünyada her alanda artan gücü ve iletişim teknolojilerindeki üstünlüğü, AP ve UPI gibi iki uluslararası haber ajansının yanı sıra CNN başta olmak üzere habercilikte uzman bazı televizyon ağlarına sahip olması, onun iletişim alanında önlere geçmesini sağlamış; ancak ABD, az gelişmiş ülkelerin haber akışına daha fazla katılma yolundaki eğilimlerini ve eleştirilerini dile getirdikleri uluslararası girişimleri engellemeye çalışmış, ardından UNESCO'dan çekileceğini duyurmuştur (Bülbül, 2000, s. 49). ABD'nin bu duyurusunun ardından İngiltere ve Almanya da benzer açıklamalar yapmış; nitekim tüm bu eşitlikçi ve adalet temelli kararlara rağmen ABD 1985, İngiltere ise 1986 yılında UNESCO'dan ayrılarak yeni uluslararası iletişim düzeni hareketi yarım bırakılmıştır.

UNESCO, 1989 yılında yapılan 25. Genel Konferansı'nda yeni uluslararası iletişim düzeninden desteğini çekmiş, 1990 ve 1995 yılları planında sadece sözü geçirilmiş, herhangi bir detaya da yer verilmemiştir. 1980'li yıllarda yaşanan bazı gelişmeler yeni uluslararası iletişim düzenini etkilemiştir:

- UNESCO ve BM'nin yeni uluslararası iletişim düzeninden resmi desteklerini çekmeleri,
- MacBride Raporu'nda da yer alan küresel iletişimdeki çok uluslu denetimin acımasız şekilde artışı,
- Batılı ülkelerin, BM'nin katkısıyla kendi yeni dünya düzenlerini kurma girişimleri,

Sovyetler Birliği ve Doğu Avrupa ülkelerinde esen değişim rüzgarları, burada yaşanan ekonomik ve siyasal değişiklikler yeni uluslararası iletişim düzeninin geleceğini etkilemiştir (Bülbül, 2000, s. 50).

Batı Avrupa ve ABD gibi ülkeler, geri kalmış/gelişmekte olan ülkeleri pazar haline getirerek, kendi aralarında yaşanan rekabetin içersine de dahil etmişlerdir. Bu sorunlu

durum, serbest enformasyon akışı ilkesine dayandırılarak meşrulaştırılmıştır. Serbest -daha çok tek taraflı- enformasyon akışı sırasında yalnızca ticari bir ürün değil, değerler, söylemler, dil ve kültürel öğeler gibi toplumları çok çeşitli yönlerde etkileyecek bir alışveriş gerçekleştirilmektedir. Ancak bu alışveriş sırasında dengesiz bir alma-verme süreci ortaya çıkmakta, bu durum sorunlar bütünü yaratmaktadır.

Haber akışının ulusal sınırlar ötesinde yayınlanmasıyla ilgili endişe, bu akışın çoğunun tek yönlü olduğu yöneldir. Bu alandaki alışveriş, ülkeler arası adil bir bilgi alışverişinden ziyade tek yönlü akışın hacminin arttığına işaret etmektedir. Buna bağlı olarak diğer endişe ise akışın dengesidir. Serbest bilgi akışı ilkesi, tek yönlü olmasaydı kabul edilebilir olsa da uygulamada ülkeler arasındaki farklılıklardan dolayı dengeli ve eşitlikçi bir serbest akıştan bahsetmek mümkün olmayacaktır. Batılı anlamda medya ve bilgi fakiri olan az gelişmiş ülkeler için dışarıdan gelen her bilgi önemlidir (Mowlana, 1985, s. 41). Bilginin serbest akışı ilkesinin ulusal egemenliği ciddi şekilde ihlal ettiği ve saldırgan propagandaya dönüştüğü tartışmaya açıktır (Mowlana, 1985, s. 41). Dünya veri akışının büyük bir bölümünün seçen ve kontrol eden çok uluslu şirketler tarafından daha da şiddetlendirilmektedir. Bu nedenle, serbest akışın dengeli bir akış olduğu söylenemez.

1960'lerden bu yana uydu ve iletişim teknolojileri büyük bir ivme kazanmıştır. Bu da uluslararası iletişim alanını da etkilemiştir. Farklı teknolojilerle birlikte gelişmiş ülkelerle diğer ülkeler arasındaki fark daha da açılmıştır. Serbest akış ilkesi, enformasyonun uluslararasılaşma ve küreselleşme sürecinde uluslararası haber akışının bugünkü çizgilerinin çizilmesinde etkisi oldukça büyüktür. II. Dünya Savaşı sonrası, SSCB'nin çökmesiyle tek kutuplu düzene geçiş, iletişim ve sanayi teknolojilerinin gelişim hızının artması ve küreselleşmenin hızla tüm alanlara nüfuz etmesiyle yeni bir dünya ve iletişim düzeni de ortaya çıkmıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında değişen birçok siyasi yapının ekonomik, kültürel,



sosyal alanları da etkilemesiyle farklı stratejiler ve politikalar da ortaya çıkmıştır. Serbest akış kavramıyla beraber uluslararası haber akışında da gelişmeler ve buna bağlı olarak tartışmalar yaşanmıştır. Herbert Schiller, haberin serbest dolaşımı kavramını açıklamış ve bunu bir slogan olarak anlatmıştır. ABD’de oldukça büyük üretim kapasitesine sahip medya kuruluşlarının haber ajansları, televizyon, radyo, dergi ve gazetelerin ürettikleri programlar, filmler, haberlerin kısacası içeriklerin diğer ülkelere serbest bir şekilde ulaştırılması olarak açıkladığı bu slogan, ABD’nin örgütleyici bir prensibi olarak ortaya çıkmıştır (Schiller, 1976, s. 390).

Özetle; serbest haber akışı kavramına dair iki görüş mevcuttur. Bunlardan biri ABD ve Batı’nın bu doktrinin temel haklardan biri olduğuna dair bilgi, haber edinme ve açıklama hakkına atıf yaparak savunulmasıdır. Buna karşıt görüş olarak gelişmemiş ülkeler ise bunun özgürlükten ve haktan daha çok Batı’ya ve onların sistem çıkarlarına hizmet ettiğini, kimi zaman kontrol ve baskı aracı haline geldiğini söylemektedir. Bu şekilde bir özgürlük anlayışı uluslararası iletişim tröstlerinin hedeflerine hizmet ederken, mevcut eşitsizliği de devam ettirmekte ve gücü pekiştirmektedir (Uluç, 2008, s. 163).

### **2.3.3. Teknolojik Yeterlilik**

Üretim ve dağıtım olmak üzere iki ayrı evre olarak tanımladığımız enformasyon akışının, üretim aşamasında mesajın kaynağı ve mesajın oluşturulması; dağıtım aşamasında ise mesajın dağıtımı ve alıcı yer almakta; ürettiği enformasyonun işlevsiz kalmaması ve enformasyonun adresine ulaşması için dağıtım kanallarında da etkinlik gerekmektedir (Uluç, 2008, s. 241). Bilginin en önemli güç olması ve bunun için gerekli teknolojiler ise ülkeler arasında gelişmişlik seviyesinin simgesi olmuştur. Ancak geçmişten günümüze bakıldığında bunun sadece birkaç ülkeye ve küresel şirkete ait bir güç olduğunu söylemek mümkündür.

Elektronik ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler uluslararası bilgi akışının hızlanmasının ve ülkeler arası yeni bağların kurulmasının önünü açmıştır. Ancak bu yakınlaşma sırasında ülkelerin teknolojik gelişmelerinin aynı seviyede olmaması uluslararası iletişim düzeninde sorunlara yol açmıştır. Diğer alanlarda olduğu gibi teknolojik üstünlük iletişim ve medya alanında da etkili olmuş, bu üstünlüğü elinde tutan ülkeden yana birtakım sonuçlar doğurmuş ve bunların lehine işleyen bir süreç olmuştur (Enserov, 2019, s. 62). Ekonomik altyapısı güçlü olan devletler genel olarak teknolojik alanda da gelişme göstermektedir. Buna bağlı olarak da birçok iletişim alanında önderlik etmekle beraber, önemli bir güç haline gelerek uluslararası enformasyon ve iletişim alanını da domine etmektedirler.

Geçmişten günümüze kadar yaşanan her teknolojik gelişme, bireysel ve toplumsal etkileri de beraberinde getirmiştir. Ancak iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin farkı başlı başına bu teknolojinin kendisidir. Tüm dönemlerde endüstri ve sanayi ürünleri ortaya çıkmış, bunların pazarlanmasına yönelik pratikler geliştirilmiştir. Fakat iletişim teknolojilerine sahiplik, bilgiyi elde tutabilmeyi ve kontrolü getirdiği için diğerlerinden ayrılmaktadır. Bilgiye sahip olmak ve bunu kontrol edebilmek ülkelerarası üstünlüğü de beraberinde getirmiştir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler hız, zaman, mekan gibi konularda yaşanan problemleri büyük ölçüde ortadan kaldırmış, ülkeler arası sınırları da yıkarak deyim yerindeyse yepyeni bir çağ açmıştır. İletişim uydularının kullanılması ve sayılarının artmasının en önemli yansıması enformasyon akışındaki problemlerin ortadan kalkmasıdır. Özellikle hız konusunda çok ilerleme kaydedilmiş, zamana dair yaşanan problemler de çözülmüştür. Ancak geçmişten günümüze bakıldığında hiçbir ülkenin kalkınma ve gelişme hızı birbiriyle paralel olmamakla beraber, kimi ülkeler arasında uçurumlar söz konusudur. Bu farklılıklar, her ne kadar ülkeler arasında bu anlamda sınırları kaldırmış da olsa iletişim teknolojileri

konusunda da mevcuttur. Bu durumun en belirgin sonucu gelişmiş ülkelerden gelişmekte veya gelişmemiş ülkelere doğru olan enformasyon akışının tek yönlü olmasıdır. Gelişmiş ülkelerin her geçen yıl bu alanda katlanarak devam eden ilerlemeleri uçurumu derinleştirirken bu sorunun belirginleşerek büyümesine neden olmaktadır. Bilişim ve iletişim sektörlerinde gerçekleşen hızlı teknolojik değişimlere koşut olarak toplumsal ve siyasal alanlarda yeni yapılar ve sistemler ortaya çıkmış; kitle iletişim yapılarında gerçekleşen yeni uygulama model ve teknikleri “toplumsal sistemlerin” dönüştürülmesi için alan açmıştır (Paçacı, 2013, s. 23-24).

Teknolojik alt yapı, kitlesel yayıncılık için en önemli etkidir. 20. yüzyıla birlikte ortaya çıkan iletişim teknolojisinin elektromanyetik dalgalar ve bunların alıcıların kullanımı yoluyla tüm kitleye seslenebilme imkanı vermesi kitlesel yayıncılık sistemlerinin kurulmasıyla sonuçlanmış; kağıt endüstrisinin ve diğer yan endüstrilerin kullanılmasıyla da gazete üretiminde ulaşılan kitlesellik de genel çerçeveyi tamamlanmıştır (Akdemir, 2008, s. 107). Bu teknolojiler ve gelişmeleri takip etmek, sahip olmak ve kullanmak güçlü bir ekonomi gerektirmektedir. Bu sebeple, enformasyonun ve haberin tek yönlü akışında gelişmiş ülkeler hem üretici hem dağıtıcı olarak yer alırken, bu ülkeler dışında kalanlar nadiren bu süreçlerin içinde yer almaktadır. Çoğu zaman kendiyle ilgili haberleri de bu kaynakların aracılığıyla almaktadırlar. Bu nedenle bu tek yönlü akış, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerin aleyhine işleyen süreçtir.

Gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere doğru olan tek yönlü akışında, üçüncü dünya ülkeleriyle ilgili olarak olumsuz haberler yer almaktadır. Haberlerin hemen hepsi darbeler, doğal afet, fakirlik, şiddet, demokrasi eksikliği, savaş, teknolojik ve kültürel gerilikle ilgili olup, aksi yönde haberler yok denecek kadar azdır (İnceoğlu, 2015, s. 342). Eleştirel yaklaşımların ortaya koydukları haber tanımlamalarında, Batı’dan Doğu’ya tek yönlü haber akışıyla

yansıtılan “Doğu imajının” da algılanmasını sağlayacak haber stratejileriyle tek yönlü haber akışına dair metinler açıkça, Batı’nın Doğu’ya bakışını meşrulaştırmaktadır (Bostancı, 2020, s. 45).

Uydu ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeyle geçmişten farklı olarak kişi başına farklı birçok iletişim aracı düşmektedir. Kişisel telefonlar, bilgisayarlar, internet bağlantıları gibi imkanlarla birey, iletişim ve etkileşim sürecine birebir katılmaktadır. Ancak, iletişimin ve medya sektörünün kapitalist düzeninin içinde bir parça haline gelmesi farklı mekanizmaların gelişmesinin de önünü açmıştır. Bu sebeple bağımlılık, sansür, kontrol gibi mekanizmalar da iletişim ve akış sürecine tabi olmuş, gelişmiş ülkeler lehine büyüyen bir hal almıştır. Teknolojik bağımlılık, doğal bir işleyiş olarak içerik bağımlılığını da beraberinde getirmektedir.

Küreselleşme ya da kapitalizmin küresel yeniden yapılanma süreci, büyük ölçüde enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayandırılmakta; bu teknolojiler büyük şirketler için hem üretimin hem de satışın küreselleşmesini kolaylaştıran yeni bir teknolojik temeli mümkün kılarak, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki kapitalist yapıların dünya kapitalist ekonomisiyle bütünleşmesi sürecini hızlandırmıştır (Başaran, 2004, s. 8). Küreselleşmeyle beraber ulus ötesi şirketler, yeni iletişim düzeniyle yalnızca elle tutulan ürünler değil, fikirler ve tutumlar da ülkeler arasında, sınır ötesine aktarılmakta, zamandan ve mekandan bağımsız şekilde dolaşıma girmektedir. Küreselleşme insanların hareketi, hizmet ve ürünlerin dolaşımı ve bununla beraber gelen güç/iktidar ilişkileriyle düşünülmelidir (Uluç, 2008, s. 173). Baskın olan ülkeleri ise medyanın aracılığıyla algı yönetimi uygulamaları da sınırları aşmış ve tartışmalı da olsa büyük bir etki gücü elde etmiştir.

Bilgi ve haber akışındaki dengesizlik, eşitsizlik mevcut Batı ve ABD hegemonyasını pekiştirerek, bunun kırılmasını

zorlaştırırken, karşısında aynı güçte bir karşıtlık olmadığı için hegemonyanın ön yargı, kalıp ve söylemleriyle devam etmektedir. İletişim ve enformasyon teknolojileri oldukça büyük ekonomi gerektiren maliyetli bir sistemdir. Bu güçlü bir ekonomi, planlı bir üretim sistemi ve eğitilmiş insan gücü gerektirmektedir. Gelişmiş ülkeler dışında kalanlar ise bu ekonomik maliyetleri karşılamada zorluk yaşamaktadırlar. Bu da ülkeleri, teknolojik olarak da bağımlı hale getirmektedir. Ayrıca bu teknolojiyi satın alarak kendi ülkesine getirmek isteyen ülkeler de gelişmiş ülkeler için büyük bir pazar ve yatırım alanıdır. Şu an ülkeler arasında teknolojik uçurum bulunmakta, aradaki farkın kapanması neredeyse imkansızdır. Bu da bağımlılıkla beraber gelişmiş ülkelerin pazarı olmasına yol açmaktadır.

Ham enformasyon, gelişmekte olan ülkelere, gelişmiş ülkelere doğru akmaktadır. Gelişmiş ülkeler, ham enformasyonu depolamada-işlemede ve kullanmada birbirleriyle, kendi aralarında iş birliği yaparlarken; gelişmekte olan ülkeler ise kendi aralarında iş birliği yapmamakla birlikte kendilerinden giden ham enformasyonu işlenmiş olarak ve para ödeyerek almaktadırlar (Bostancı, 2020, s. 109-110).

Enformasyon ve bilginin en önemli ürün haline geldiği bu düzende, küresel sermayeler, bu teknolojilere ihtiyaç duymaktadır. Alt yapı, donanım, yazılım, bilgisayar ve internet teknolojileri, uydu, telekomünikasyon gibi teknolojik gereksinimleri küresel şirketlerin bunlara bağımlılığını da beraberinde getirmiştir. Bu teknolojiler kapitalist düzenin itici gücü olmuş; bunlara sahip olmak ve sürekli geliştirerek üstünlüğü devam ettirmek ise küresel gücü sağlamıştır. İletişim ve enformasyon teknolojileri, küresel şirketlerin ürünlerinin ulus ötesi nitelik kazanarak dünyaya yayılmasını sağlayarak, gelişmekte ve az gelişmiş ülkelerin de edilgen bir yapı içinde bu düzene entegre olma sürecini hızlandırmıştır.

#### 2.3.4. Medyada Tekelleşme ve Mülkiyet Yapısı

Haber medyası, medyanın tekelleşmesinden en çok etkilenen sektördür. Haber; bireyin ulaştığı, tarafsız, sade ve yararlı olmalı, bireyin çevresine dair algısını oluştururken, fikirlerini ve davranışlarını bilinçli şekilde inşa etmesine yardımcı olmalıdır. Ancak bu süreçte, haberler de diğer medya ürünlerinde olduğu gibi kar etmeyi sağlayacak ve bazı ilişkileri güçlendirecek bir araç olarak görülmektedir. Hangi haberin seçildiği/seçilmediği, içerisinde hangi bilgilerin yer alacağı, nelerin eksik veya yanlış verileceği, hangi araç ve bağlamda alıcıya ulaştırılacağı medya kuruluşunun kendi ilkeleri, ekonomik ve politik çıkarlar, iç ve dış siyasetle ilişkisi, aktörlerle ilişkisi ve diğer çıkarları kapsamında belirlenmektedir.

1960'lardan beri iletişimin küreselleşmesi veya dünyasallaşması en iyi ulus ötesi şirketlerin büyümesi bağlamında anlaşılırken; çoğunlukla gelişmiş ekonomilerin bütünleşik bir parçası olan ve hedefleri dünya çapında pazarlara sahip olan ulusötesi medya enformasyon şirketleri iletişimin küreselleşmesini açıklamaktadır (Yaylagül, 2019, s. 410). İletişimde küreselleşme, mali küreselleşmeyle birlikte başlamaktadır. Uluslararası iletişimde küreselleşmenin birbirine bağıntılı iki anlamı vardır:

a. Bir firmanın, bir ülkenin sınırları ötesinde yatırım yapması,

b. Firmaların birbiriyle birleşerek/karışarak (Örneğin Time ve Warner Bross+AOL firmalarının birleşmesi) veya satın alarak ya da ortak girişimle uluslararasılaşması anlamına gelirken; bu aynı zamanda, üretim ve pazar kontrolü sayesinde karların azamileştirilmesi olanağını da sağlamaktadır (Uluç, 2008, s. 207).

Çıkar grupları yalnızca kendi kamuoyunu oluşturmak, kar etme politikalarını meşrulaştırmak için medyayı kullanmamaktadırlar. Gelişmekte ve özellikle az gelişmiş ülkelerin kendipolitikveekonomikalanlarını oluşturmalarından

ve bağımsız hale gelmelerinden çekinmeleri de medyayı kullanma sebeplerindendir. Çünkü hem kendi çıkarlarını besleyen düzen bozulacak ve yerleşik sistem değişime uğrayacak hem de kaynak ve pazarlarını da kaybedeceklerdir. Bu sebeple, çıkar grupları özellikle uluslararası medya aracılığıyla bunun engellenmesini sağlayacak politikalar üreterek hedef kitleye ulaşmaktadırlar. Örneğin; uluslararası iletişim endüstrilerinin ve güçlü devletlerin, OECD, WTO, World Bank, ITU gibi uluslararası kuruluşlarda da etkinliği bulunması, bu örgütlerde rekabet politikası ve yabancı teşebbüs ve mülkiyete ilişkin az gelişmiş ülkeler lehine kararlar çıkmamaktadır (Uluç, 2008, s. 211). İletişimle ilgili en büyük kırılmalardan olan Soğuk Savaş'ın sona ermesi, ABD'nin büyük bir güç olarak sahnede yerini alması, kamu hizmeti anlayışının yerine kapitalist pazar anlayışı, bireysel tüketimin teşvik edilmesiyle birlikte küresel ağların dünyaya yayılması, iletişim teknolojilerinin tekellerin bir parçası haline gelmesi, iletişim ve medya politikalarının değişerek güç odaklı ve sermaye-iktidar ilişkilerini koruyan bir yapıya geçmesine neden olmuştur.

İletişim ve medya alanında en büyük sorun tekelleşmedir. Tekel, bir ya da birkaç mal veya hizmet üreticisinin piyasanın üçte birinden çoğunu denetlemesi, bir diğer deyişle herhangi bir mal veya hizmetin üretim ve dağıtım alanına egemen olarak, fiyatını tek başına belirlemesi demektir (Uluç, 2008, s. 278). Uluslararası enformasyon/haber akışındaki tek yönlülük, çok sesliliğin engellenmesi, kamu yararı ilkesine aykırılık gibi temel sorunların dışında birçok sorunun kaynağı olduğu bilinmekte ve üzerine çok sayıda tartışma mevcuttur. Tekelleşme, kitle iletişim araçlarının temel işlevlerinin ticari faaliyetler ve kar amacı üzerine işleyen faaliyetlere dönüşmesine neden olmaktadır.

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte Batı, küresel bir etkiye sahip olmuş ve yayılımı da hız kazanmıştır. Batı, kurduğu iletişim/medya tekeliyle küresel etki gücü elde etmiş, özellikle günümüzde internet ve sosyal medya gibi platformlarla da

bu süreci diğer ülkelerle arayı açarak hızlandırmıştır. Küresel medya devleri, dünya genelinde kültürel etkileşim, etkileme ve etkilenme sürecine öncülük etmektedirler. Tekel devleri, fiziki ve siyasi sınırları ortadan kaldırarak, tüm dünyada sınırları aşmıştır. İletişim teknolojilerinde en yetersiz bölgeler ise Afrika ve Ortadoğu olup, gelişmiş ülkelere hem bağımlı hem de onların hakimiyeti altındadır. İletişim teknolojisi, depolanması ve dağıtılması bağlamında kuruluşların tekel, kartel ya da oligopoller oluşturmalarına da yol açmaktadır (Bülbul, 2000, s. 53). Tekelleşme, holdingleşme, gruplaşma, büyüme gibi kavramlar iletişim sektöründe alışılmış ve zamanla normalleşmiş, bu sektörün normal bir işleyişi gibi kabul görmüştür.

Medya sektöründe kaynaktan alıcıya, alıcıdan kaynağa doğru iki taraflı akış şeklinde enformasyon aktarımı ve etkileşim süreci olmaktadır. Ancak tekelleşmeyle tüm iletişim süreci, iletişim ürünü ve araçları tek elde toplanmış durumdadır. Bu durum Batı'nın desteklediği serbest düşünce pazarı ilkesine karşı da aykırı bir durum yaratmaktadır. Belirli kalıplar ve ilkeler çerçevesinde hareket eden ve artık devleşmiş olan medya tekelleri, "özgürlüğü" de engellemiş olmaktadır. Medya tekellerinin baskınlığı, kurmuş oldukları ulusal ve uluslararası egemenlikleri hatta imparatorlukları, kendinden başka daha küçük medya işletmelerinin sektörde tutunmalarını zorlaştırmakta, bu kuruluşların sayısını oldukça sınırlandırmaktadır. Sahip oldukları imkanlar sayesinde tüm dünyaya yayın yapabilme gücüne sahip olan bu dev tekeller, uluslararası bir sorun da yaratmaktadır. Ulusaşırı şirketler tarafından kontrol edilen bu küresel, tekelci medya kanalları daha çok pasif tüketimciliği körüklemekte ve olumsuz psikolojik ve siyasal sonuçlara yol açmaktadır (Belsey & Chadwick, 2011, s. 18).

İletişime dair her alanı etkileyen tekelleşme, ulaştığı her yerde yerel medyayı da neredeyse ele geçirerek etik, demokratik ilkeler, kamusal alan, kamu yararı ve çok seslilik gibi ilkeleri



yok sayarak, olumsuz bir tutum sergilese de ait olduğu ülkeyi ve kapitalist ülkelerin lehine işleyen ulusal ve uluslararası bir sorundur. Yayın kuruluşlarının ürettikleri ürünleri (film, televizyon programı, günlük gazete vs.) serbestçe diğer ülkelere ulaştırılabilmeleri olarak tanımlanabilen özgür haber dolaşımı kavramı, günümüzde yayıncılığın çok büyük üretim kapasitesi gerektirmesi nedeniyle enformasyon alanında tekelci amaçların temel prensibi haline gelmiştir (Uluç, 2008, s. 165).

Birbiriyle iç içe geçen, çeşitli şekil ve amaçlarla kurulan bu ilişkilerin hedefi ekonomik büyümedir. Bu büyüme çeşitlik, etik ilkeler, kamu yararı gibi kavramları değil, kar etmeyi ön planda tuttuğu için üretimden dağıtımına kontrolü gerektirir. Karşılıklı çıkar üzerine kurulu olan ilişkilerini besleyecek içerikleri üretmektedirler. Örneğin Amerikan medyasında söz sahibi olan belli başlı çokuluslu şirketler vardır: Time Warner, Disney, News Corporation, Viacom, Bertelsman gibi medya devlerinin gerek yönetim kurullarında ya da farklı şekillerde ABD'deki büyük holdinglerle ilişkileri mevcuttur (Yaylagül, 2019, s. 408). Bir iletişim aracı sahibinin aynı aracın değişik ürün ya da kanallarına (gazete, radyo, TV gibi bu kanallar birden fazla toplumlarda işlev yapabilirler) sahip olmasına “gruplaşma” veya “zincir oluşturma”, yalnız iletişim endüstrisinin değil birçok iş pazarının bir kişi ya da bir kuruluştaki toplanması ise “holdingleşme”dir (Tekinalp, 2003, s. 210).

İletişim alanında yeni teknoloji aşamaları geliştikçe endüstri yapısı da değişmiş ve çoklu bir satış çevresi oluşmuş; buna rağmen birkaç girişimin pazara egemen olduğu bir tekelin sektörde söz sahibi olması önlenememiştir (Akdemir, 2008, s. 107). Bu sürece örnek olarak; bir telgraf devi olan Western Union, sonradan bir telefon imparatorluğu oluşturan Bell System ve onu izleyenlerin de ortaya koyduğu gibi sektör içinde teknolojik yeniliği geliştirilenler için pazar gücü artmış; uluslararası haberleşme alanında ise dört büyük

ajans -Associated Press, United Press International, Reuters ve Agence France Presse uluslararası haber trafiğini denetim altına almışlardır (Akdemir, 2008, s. 107). Gelişmemiş ülkeler, iletişim sürecinde gelişmiş ülkelerin egemenliği altında yer almakta; I. ve II. Dünya Savaşı'nda sonra Reuters, Havas ve Wolf Haber Ajansları ortaya çıkan enformasyon boşluğunu doldurmakla beraber, dünyayı kendi haber bölgeleri gibi bölerek dengesiz iletişimde büyük bir rol oynamış; daha sonra ajanslara AP, UPI ve TASS da katılmıştır (Bülbul, 2000, s. 40). McPhaul'a (1987, s. 20) göre iletişim düzenindeki dengesiz dağılımın kanıtları olarak bazı savlar öne sürmüştür:

- Dünya üzerindeki haber dağılımı AP, UPI, Reuters, AFP ve TASS tarafından %90'ını kapsayacak şekilde yürütülmekte,
- Dünyada önem taşıyan, en çok bilinen ve hem dağıtım hem de üretimde en fazla güce sahip olan haber ajansları ABD, İngiltere ve Fransa'dadır,
- Ulusötesi yayın yapan radyoların çoğu gelişmiş ülkelerdedir,
- Haberde kullanılan görsellerin birçoğu ABD ve İngiltere kaynaklıdır,
- Televizyon programlarının önemli bir kısmı gelişmiş ülkelerde olup, üçte ikisi ise ABD'ye aittir.

Tekelleşmiş, holding haline gelmiş sermaye, karını artırmak için çok sayıda kaynak geliştirmektedir. Televizyon kanalları, gazeteler, programlar, sosyal medya ve internet platformları, yapım şirketleri, hammadde şirketleri, teknoloji ve telekomünikasyon, dağıtım araçları gibi sayısız şirketlerle medya ve iletişim sektöründe yerini almış çokuluslu holdingler buna örnektir. Ancak bu kadar çeşitliliğe rağmen alıcıya ulaştırılan bilgi oldukça sınırlıdır. Birbirine aykırı, dezavantaj yaratıp çelişki yaratacak ya da ekonomik gelir, siyasi üstünlük elde edemeyeceği içerik veya ürün üretmemektedirler.

*“2015 yılında İngiltere’de Media Reform Coalition adlı bir kuruluş tarafından hazırlanan rapora göre, İngiltere’de basılan gazetelerin yüzde 70’i üç şirket tarafından kontrol edilmektedir. Bu üç şirket, Trinity Mirror, Daily Mail & General Trust ile Rupert Murdoch’un sahibi bulunduğu News Corporation’dur. İngiltere’de dolaşımında olan kamusal söylem bu tekeller tarafından yaratılmaktadır. The Sun, The Times, The Sunday Times, The News of the World gibi en popüler gazeteler neredeyse tamamen münhasır olarak bu mecraları kendi siyasi gündemleri ve kişisel kazançları için kullanılabilecek, çok zengin (örn., Rupert Murdoch gibi) insanlar tarafından yönetilen şirketlere aittir”* (Yaylagül, 2019, s. 408).

Tekelleşme, tüketici için olumsuz sonuçlar doğursa da tekelleşen gruplar, üreticiler için oldukça olumlu ve karlıdır. Alternatif üreticilerin alan ve sayısını daraltarak pazardaki alanını güçlendirirken, sektörde belirleyici konuma gelmektedirler. İçerikten, ücretlendirmeye ve kaliteyi belirlemeye kadar baskın bir pozisyonda yer almaktadırlar. Tüketici alternatifleri kısıtlanmakta, alıcı her ne kadar farklı platform veya aynı platformda farklı kanallara gittiğini düşünse de sektörü domine eden, tekelleşmeyle dev haline gelen belli başlı holdinglere gitmektedir. İçerik ve ücretlendirme, kalitede yarattığı egemenlik, diğer şirketlerin de buna göre bir standart belirlemesine neden olmaktadır. Birbiriyle rekabet edebilmek için alternatifler yerine daha çok benzer içerikler, aynı kalitede ve yaklaşık olarak aynı ücretlendirmelerle alıcıyla buluşturulmaktadır.

İletişim sektöründeki mülkiyet şekli, tekelleşmeyle beraber belirli şirketlerin hegemonya kurmasını da beraberinde getirmesiyle rekabet en az düzeye inmiş ve medya sektöründe karteller bilgiyi elinde tutup kontrol etme gücünü elde etmiştir. Bu büyük güç, beraberinde politik bir gücü de getirmiştir. Büyük medya holdingleri hem ulusal hem de uluslararası politikada rol oynamakta ve ekonomik olarak etkilere de sebep olmaktadır. Özellikle politika ve medyanın iç içe geçtiği günümüzde, üstünlüğü devam ettirmek isteyen medya

şirketleri haber içeriklerini ve sunumu da şekillendirmektedir. Böyle bilgi üzerinde kontrolle beraber, daha fazla satması için infotainment adı verilen eğlendirici bilgiye de dönüşen bir süreç gelişmiştir.

Kitle iletişim araçlarının mülkiyeti ve bu mülkiyetin yapısı doğrudan iletinin içeriğine etki eden bir özellik olarak kabul edilmekte; mülkiyet yapısı, haber ve bilgilerin içeriğini belirlemede; siyasal iktidardan, devlet çıkarları, uluslararası şirketler ve küresel güçlere kadar birçok etkenin bir araya geldiği bir odak noktası teşkil etmektedir (Paçacı, 2013, s. 43). İçerikler üzerinde kontrol sahibi olmak, bilgi ve haber çeşitliliğini kısıtlamak, yalnızca etik için değil, demokratik değerler için de tehdit oluşturmaktadır. Kaynağın alıcıya mesajları iletmesiyle birlikte alıcıda davranış ve tutum geliştirme süreci başlamaktadır. Bu süreçte doğru, tarafsız ve gereken bilginin, doğru bir bağlamda ulaşmasıyla bilinçli bir işleyiş gerçekleşmektedir. Ancak tüm bu süreç üzerinde kontrolü elinde bulunduran medya, belirli çıkar ve amaçlar için bilginin iletim sürecine ve içeriğine müdahale etmektedir. Bu da alıcının sağlıklı bir karar verme sürecini etkilemektedir. Yetersiz, yönlendirilmiş bilgiyle hareket eden birey ve toplumların bilinçli bir fikir ve davranış geliştirmesi oldukça zordur. Sonuç olarak medya, demokratik sürecin işleyişinde bir engel ya da tehdit olarak yer almaktadır. Tekel devri haline gelen medya sektörü, birkaç kaynaktan çerçevelenmiş, müdahale edilmiş ve belirli mesajlarla donatılmış bilgi ve haberleri alıcıya ulaştırmaktadır. Alıcı birkaç medya holdinginin gerçeklerine ulaşırken, algı yönetiminin de hedefi haline gelmektedir.

Tekelleşmeyle birlikte dev holdinglerin hakim olduğu ve kar odaklı bir medya düzeni ortaya çıkmasıyla, medyanın özellikle haber medyasının her ilkesine ve değerine aykırı iletişim şekli doğmuş; doğru haber dolaşımı, kamu iletişimi sekteye uğramış, haber medyasında çarpıklığa neden olmuştur. Medya holdingleri yalnızca bu sektörde bulunanlarla iş

birliği yapmamaları, tekelleşme ve holdingleşmeyle birçok farklı alandaki şirketin bir araya gelerek işletilmesine neden olmaktadır. Bankacılık, gayrimenkul, petrol ve enerji, bankacılık ve finans, ilaç, otomotiv gibi çok farklı alanlarda holdinglerin bir parçasıdır. Bunun sonucu ilk olarak şirketin diğer şirketler gibi kar odaklı hareket etmesi ve bilginin/haberin bu ilişkilerin sonucu olarak otosansür/sansüre uğramasıdır. Örneğin; petrol şirketinin sebep olduğu bir çevre felaketi, aynı holdinge ait medya şirketlerinin sansürüne uğrayarak anaakım medyada verilemez. Özetle büyük bir kontrol ve sansürü beraberinde getirmektedir. Bu kurumların, çıkarları açısından sermayenin ve kapitalist devletin genel mantığına bağlı olmaları sebebiyle; tekeli medyada, büyük sermaye sahiplerini, siyasi elitleri ve reklam verenleri rahatsız edecek içeriklere ve haberlere yer verilmemektedir (Yaylagül, 2019, s. 415). Medyanın en önemli görevi dördüncü güç olması ve denetimdir. Ancak belirli sermaye ve siyasi gruplarla olan ilişkilerine yönelik hareket etmesi, bu işlevini tam anlamıyla yerine getiremediğini göstermektedir. Denetim ve demokratik değerlere bağlı olarak kamu yararını ilke edinmesi gereken medyanın sahiplik yapısı ve ilişkileri buna engel olmaktadır.

*“1980’lerle birlikte neoliberal politikaların iletişim alanında uygulanmasının zeminini oluşturan politik atmosferin, 1944 yılında ‘Bretton Woods’ sistemi ile oluşturulup ABD hegemonyasını inşa eden para ve finans sisteminin 1970’li yıllarla birlikte sarsılmaya başlaması ile şekillendiği söylenebilir. İki kutuplu dünya düzeni içerisinde ABD’nin politik gücünü sürdürebilmesinin en önemli araçlarından biri onun askeri gücüyken, SSCB’nin sürekli nükleer tehdit altında tutulması artık modası geçmiş üslerle çevreleme stratejisi yerine tüm dünyayı çevreleyebilecek bir uydu haberleşme ağıının oluşturulmasını gerektiriyordu. Böyle bir sistemin maliyetinin karşılanması ise tüm dünyada bir ‘arz yönlü ekonomiye geçiş’ rüzgarının estirilmesi ile sağlandı. Böylece 1980’lerde serbestleştirme ve özelleştirmeler yoluyla bütün bir ekonomik arenaya uygulanan neoliberal politikaların iletişim alanına yansması, uydu haberleşmesinin özel sektöre ve*

*dolayısıyla da özel tüketime açılması oldu. Kitlelerin uydur haberleşme ağının ‘tüketicisi-müşterisi’ olması için öncelikle telekomünikasyonun altyapısı ve radyo televizyon yayıncılığı alanlarında kamusal tekellerden ve kamusal yayıncılık anlayışından vazgeçildi” (Bostancı, 2020, s. 91).*

Küresel iletişim düzeninde yaşanan köklü değişiklikler ve serbestleştirme politikalarıyla kamu yararı ilkeleri yerini başka amaçlara bırakmıştır. 1980’lerde yaşanan serbestleştirme politikalarının sonuçları daha sonraki yıllarda ortaya çıkmıştır. Serbestleştirmenin ilk adımlarından biri kamu yararı ilkesinden vazgeçilmesi olmuştur. Fairness Doktrini’nin terkedilmesi (1987), Bell/AT&T şirketinin yedi şirkete ayrılmasıyla yasal sınırlandırmaların hiçe sayılması, IBM’nin antitröst yasalarından kurtarılması, gibi gelişmeler özellikle ABD’nin bu süreci için önemlidir. 1990’larla birlikte iletişim düzeni tamamen değişmiş, ABD ve Batı Avrupa hem en çok etkilenen hem de en çok etkileyen olmuştur. Bu serbestleştirme süreci Avrupa’da da farklı şekillerde yaşansa da aynı sonucu doğuran gelişmelerle gerçekleşmiştir. Özellikle medya holdingleşmeleri, tekellerin ortaya çıkması gibi sonuçlar ABD ile benzerliği ortaya koymaktadır. İletişim sektörünün serbest pazara entegre olmasıyla medya sektöründe yoğunlaşma başlarken hem ABD hem de Avrupa’da kamu yararı tamamen ortadan kalkmamış, ancak bu ilkedan oldukça uzaklaşmıştır. Bu uygulamalar neredeyse tüm dünyada yapılsa da ilerleyiş, işleyiş ve uluslararası etkileri her ülke için aynı olmamış, ABD ve Batı en çok gücü elde ederek önemli etkiye sahip olmuştur. Birleşmeler, satın almalar (mergers, acquisition), yabancı yatırımlar, yasal düzenlemeler ve siyasi/ekonomik ilişkiler sonucunda uluslararasılaşma süreci hızlanmış, bu küresel hızla birlikte ulusal pazarlar yeniden yapılanma yoluna gitmiştir.

Ulus ötesi şirket etkinlikleri, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin varlığının ötesinde telekomünikasyonun düzenleyici çerçevesinin büyük kullanıcılar lehine serbestleştirilmesini de gerektirmesi sebebiyle

telekomünikasyon alanında piyasanın serbestleşmesi ve ücret tarifelerinin kuralılaştırılmasına çok uluslu şirketlerin artan bir talebinin olması kaçınılmazdır (Başaran, 2004, s. 16). 1980'lerin ortalarından bu yana iletişim endüstrileri, dünya çapındaki ekonomik yeniden yapılanma ve teknolojik yeniliklerle birlikte çarpıcı bir şekilde büyürken; dünyada değişen politik ekonomik ortam, küresel iletişimin hızında dönüşüme neden olmuş, ABD ve İngiltere'de iletişim sistemlerinin deregülasyonu, liberalizasyonu ve özelleştirilmesini benimseyen neoliberal ekonomi politikasının uygulamaya konması, yayıncılık ve telekomünikasyon endüstrilerinin yanı sıra diğer iletişim endüstrileri üzerindeki kamu tekellerinin kırılmasıyla sonuçlanmıştır (Jin, 2008, s. 369). Özellikle ABD'nin bu konudaki değişimi, uluslararası alanda da etkili olmuştur. İletişim endüstrisinin yeni yapısı, hükümetleri ve uluslararası kuruluşları ABD'nin geçirdiği süreçle benimsemelerine neden olmuştur. Özelleştirme, kamusal yayıncılığın asgari düzeye inmesi, yabancı sermayenin kabulü hatta teşviki, hukuki kısıtlamaların gevşetilmesi ve deregülasyon politikaların kabulü yeniden yapılanmayı hızlandırmıştır. 1980'li yıllarda uygulanmaya başlayan neo-liberal programlar beraberindeki ticarileşme (commercialization) ve pazarlaşma (marketization) eğilimleri, şirket faaliyetleri üzerindeki kısıtlamaların gevşetilmesi, kazancın maksimizasyonun hedeflenmesi, böylelikle denetimsiz serbest piyasa koşullarının geçerli olması tekellere yol açmaktadır (Uluç, 2008, s. 280).

Son yirmi yılda, dünya genelinde hükümetlerin büyük çoğunluğu, ürün piyasalarına devlet müdahalesinin azaltılması, iç pazarın açılması ve telekomünikasyon ve yayıncılık endüstrileri de dahil olmak üzere finans ve kamu sektörlerinin özelleştirilmesi gibi ekonomik liberalizasyon önlemlerinin uygulamaya koyulmasıyla neoliberal ulusötesileşme yaşamış; iletişim sektörünün yeniden yapılandırılmasına yönelik bu eğilim, yalnızca Batı ülkelerinde değil, eski Sosyalist blok ülkeleri ile Latin Amerika ve Asya ülkeleri de dahil olmak

üzere tüm dünyada deregülasyon ve özelleştirme bayrağı altında da yürütülmektedir (Jin, 2008, s. 358-359).

Ulusal ölçekte kurulan ortaklıkların yanı sıra, yerel kuruluşlarla franchaising benzeri bayiler oluşturma, ortaklıklar kurma ya da satın alma yoluyla uluslararası iletişim alanında birleşmeler ve çok uluslu ittifaklar yoğunlaşmış; deregülasyon ve liberalizasyon politikaları doğrultusunda kamusal yarar ve kamusal alan ilkelerinin yerine bireysel yarar, tüketici yararı ve özel alan ilkelerine yönelik uygulamalar ağırlık kazanmıştır (Uluç, 2008, s. 281). Ulusal ve uluslararası boyuta ulaşan tekelleşme eğilimi, dev medya holdinglerinin varlığını sürdürdüğü ülkelerdeki küçük ve orta ölçekli şirketlerin de etkilenmesine de neden olmaktadır. Küçük ve orta ölçekli şirketlerin azalmasıyla beraber medya sektöründe üretilen ürünlerin, üretim ve dağıtım sürecindeki medya holdinglerinin hakimiyeti de giderek artmaktadır. Yerel medya için oldukça büyük bir tehdit olan bu medya holdingleri, çok uluslu şirketler ve hakimiyet alanları sebebiyle sahip oldukları imkanlarla beraber diğer ülkelerdeki medya sektörünü de etkilemektedir. Bu da o ülkedeki ekonomik, siyasi ve sosyal yapı üzerinde etki gücü elde etmesine neden olmaktadır.

Medyadaki tekelleşmeye yönelik eleştirilerden bir diğeri ise alıcılar üzerindeki etki gücünün artmasıdır. Çok sayıda kanaldan, çok farklı platformlardan gelen bilgiyi işleyen alıcının belirli kodlar, sansürlenmiş bilgiler ve tekrarlanan mesajları içeren bilgiyi alması medyanın birey ve toplum üzerindeki etki gücünün artmasına neden olmaktadır. Medya, düşüncelerin serbest pazarından daha çok tek devlerin serbest pazarı haline gelmiştir. Farklı seslerin yükselmesi zorlaşmış, düşünce çeşitliliği azalmış, ideal demokrasinin yerine antidemokratik bir gerçekliğe yaklaşılmış, tektipleştirilmiş ve ideolojilerin, fikirlerin kısıtlanmasına sebep oluşturmıştır. İletişim alanının özgürleşmesi zorlaşmış ve bu alan antidemokratik düzene hitap etmeye başlamakta, propaganda ve algı yönetimi aracına dönüşmektedir.



Tekeller ve sermayenin medya alanına etkisi, siyasi ve ideolojik etkileri de beraberinde getiren karşılıklı çıkar mekanizmasının normalleşmesine neden olmaktadır. Politik otonomi de bu süreçte yükselişe geçmektedir. Politik otonomi ve medya ilişkisi genellikle demokratik bir toplumun işleyişinde önemli bir role sahiptir. Medya, demokraside kamuoyunu bilgilendirme, kamunun düşüncelerini ifade etme ve siyasal katılımı teşvik etme gibi önemli işlevlere sahiptir. Medyanın sahipliği ve finansmanı, hukuki düzenlemeler ve yasal çerçeveler, kamuoyu baskısı, kamuoyunu etkileme gücü medyanın politik otonomisini belirlemektedir. Pek çok medya yöneticisinin politik olarak tarafsız olmaktan çok, ideolojik yanları ağır basmakta; eğlence unsurunun artışı ve tekellerin gelişmesi, medya sahiplerinin pazarla ilişkilerinde politik otonomilerini artırmıştır (Uluç, 2008, s. 287).

Enformasyon ve haber akışı, mesajın içeriği, bağlamı, kapladığı alan ve yönüne dair çıkarımlar yapılırken üretimden dağıtımına kadar geçirdiği süreçte siyasal, ekonomik, teknolojik ve kültürel yapılanmaları da dikkate alınmalı, buna göre değerlendirilmelidir. Sermaye ve iktidar ilişkileri, iletişim ve enformasyon teknolojileri, üretilen içerikleri etkileyen ve sınırlandıran bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ilişkilerin çıkarlarını koruyan ve pekiştiren gelişmeler sağlanmakta, içerik de buna göre belirlenmektedir. Bunun akışını yaratacak herhangi bir üretim ve gelişmeye izin verilmemekte, bunu yapan gruplar marjinal, alternatif medya şeklinde nitelendirilerek sektörde yerini almaktadır. Böylelikle anaakım medyadan uzaklaştırılarak, seslerini duyurmaları ve varlıklarını devam ettirmeleri zorlaştırılmaktadır.

Küresel şirketlerin üretim faaliyetlerinden daha çok ürünler üzerindeki yani bilgi üzerindeki etkileri ve manipülatif uygulamalar tartışma konusu olmaktadır. Ait oldukları yapının ilke ve politikalarıyla kurdukları sermaye ve siyasi ilişkiler sonucunda bilgi yeniden şekillendirilmekte, kurgulanmakta, belirli çerçevelere yerleştirilerek yeni bir

“ürün” ortaya çıkarılmaktadır. Küresel işlevleri sayesinde bu ürün ise tüm dünyada dolaşıma sokulmakta, yeniden üretilen bilgi gerçeklik ve tarafsızlıktan uzak hale gelmektedir.

### 2.3.5. Merkez- Çevre ve Kuzey-Güney Akış Modeli

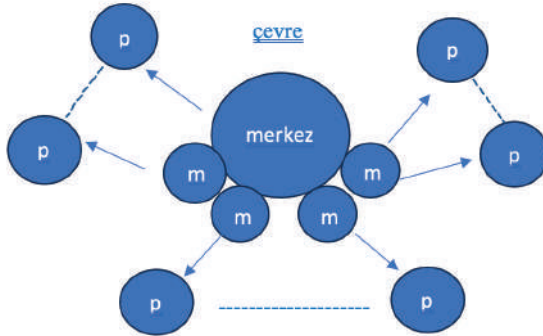
Ekonomik dengesizlik, ticaret ve sanayi alanında olduğu gibi bilginin ve haberin iletilmesinde hatta “ticaretinde”de dengesizlik ve eşitsizliğe neden olmaktadır. Bu çalışmalar, hangi haberin yayınlanıp yayınlanmadığı, haber ajanslarının neleri yayınladığı, haberleri kimin sağladığı, haberlerin hangi ülkelerden alındığı ve işleme süreci gibi sorunların etrafında şekillenmiştir. Politik ekonomi, kültürel, sosyal ve ideolojik faktörlere odaklanmıştır. Ulusötesi aktörlerin rolü, muhabirlerin dünya çapındaki konumları ve hareketleri, haber akışını ve içeriğini belirleyen kültürel, ideolojik, hukuki ve teknolojik faktörleri içermektedir. Kuzeyden Güneye, Merkezden Çevreye böyle bir akıştan bahsedilebilir. Medya imparatorlukları yaratan ülkeler az gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler üzerinde egemenlik kurmuş ve kendisine neredeyse bağımlı hale getirmiştir. Mowlana ve Galtung’un akış modelleriyle açıklanabilir. Merkez-Çevre ve Kuzey-Güney akış modelleri gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki haber akışını açıklamaktadır. Özellikle ekonomik sorunları devam eden, iletişim ve medya teknolojilerinde gelişmiş ülkeleri yakalayamayan bu ülkeler, gelişmiş ülkelerin iletişim araç ve teknolojilerine bağımlı hale gelmiştir. Mowlana bu durumu iki türlü akış modeliyle açıklamıştır. Bu modellerde, haberlerin bir ülkeden diğerine akışı ve içeriği ya da karşılaştırılmalı olarak bir bölgede veya uluslararası düzeyde akışın yönü ve miktarı incelenir. Haber akışı, farklı kategoriler üzerinden değerlendirilmiş; bağımlılık ve hakimiyet kavramları üzerinden değerlendirilen bu çalışmalar iletişim ve kültür analizleriyle de emperyalizmin yapısını da birbirine bağlamıştır (Mowlana, 1997, s. 43).

Galtung’un emperyalizmin yapısal teorisine ilişkin analizinde örneklenen Merkez-Çevre Modeli’dir. Burada

dünya iki kısma ayrılmıştır: “Merkez” veya egemen topluluklar ve “Çevre” veya bağımlı olanlardır. Galtung, bu teorik yapıları iletişim ve kültürel etkileşimle ilişkilendirerek ulusları eşitsizlikteki ana faktör olarak dikey etkileşime işaret etmekte; bu bölünmenin ise merkezdeki ulusların hakim olduğu feodal uluslararası iletişim ağları tarafından da pekiştirdiğini ifade etmektedir (Mowlana, 1997, s. 44).

Galtung’un hipotezi uluslararası haberleri karakterize eden dört ifadeyle özetlenebilir (Mowlana, 1997, s. 44):

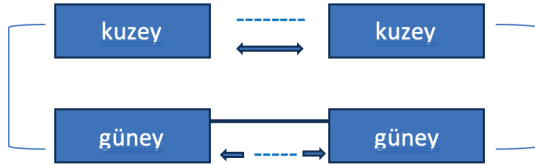
1. Dünya basın sistemlerinde ağırlıklı olarak “merkez” haber olayları verilmektedir.
2. Merkez ve çevre ülkelerinin haber alışverişi oranları arasında, merkez ulusların değişim oranlarına göre çok daha büyük bir farklılık vardır.
3. Merkez haberleri, çevre uluslarının mediasındaki dış haber içeriğinden daha büyük yer kaplar.
4. Çevre ülkeler arasında nispeten daha az haber akışı vardır.



Şekil 2: Merkez ve Çevre Akış Modeli (Mowlana, 1997, s. 45)

İkinci model ise haber akışının gelişmiş (Kuzey), gelişmekte olan (Güney) ülkelere doğru dikey olduğu, Kuzey ve Güney içindeki tamamlayıcı yatay akışlarla birlikte Güney

içindeki akışın hacim olarak daha önemli ölçüde daha az olduğu hipotezine dayanmaktadır. Güneyden Kuzeye oldukça fazla haber akışı olmasına rağmen, Kuzeyden Güneye akışla karşılaştırıldığında ise hacim olarak az olduğu söylenebilir. Ayrıca bu model içinde Kuzeyli muhabirler tarafından Güneyde toplanan haberlerin, Güneydeki medyaya geri dönmeden önce işlenmesi ve düzenlenmesi için Kuzey'e iletildiği “yuvarlak akış (round flow) olarak adlandırılan bir yön de tanımlanabilir (Mowlana, 1997, s. 45).



*Şekil 3: Kuzey-Güney Akış Modeli (Mowlana, 1997, s. 46)*

Kuzey-Güney akış modelinde, Kuzeyden Güneye güçlü bir dikey akışla beraber, Kuzey içerisinde de enine akışlar mevcuttur. Kuzey ile daha zengin, Kuzey Yarımküre’de yer alan endüstrileşmiş Kuzey Amerika, Avrupa ve Japonya gibi ülkeler kastedilirken, Güney ise daha küçük ve daha fakir, Güney Yarımküre’de yer alan Afrika, Karayipler, Latin Amerika ve Asya ülkeleri kapsamaktadır (Uluç, 2008, s. 260).

Frank Kaplan’ın ABD medyası üzerinde yaptığı araştırmada medyanın, özellikle gelişmekte olan dünyayı kapsayacak şekilde yayılan haberlerinin miktarı, kapsamı ve türünde medyanın yetersizliği ortaya çıkmıştır. Gelişmiş dünyanın başlıca haber ajansları (AP, UPI, AFP, Reuters) kendi halkları için uygun buldukları haberleri yayınlarken, ABD gazeteleri örneğinde ise bu ilgi zenginlik, elitizm ve okuyucuların siyasi gücüyle ilişkilendirilmiştir. (Mowlana, 1997, s. 46).

Özetle; bu modellere göre uluslararası haber akışının yönüne ilişkin araştırmadan dört ana sonuç çıkarılabilir (Mowlana, 1997, s. 58):

1. Uluslararası haberlerin çoğunluğunun, egemen haber ajansları aracılığıyla “Merkez”den, “Kuzey”den ya da “Batı”dan akması, yani akışın gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru dikey seyrettiğini göstermektedir.
2. Yakınlık (fiziksel, psikokültürel ve politik), yerli medyanın kendi coğrafi bölgelerine ilişkin öğeleri seçme eğiliminde olması nedeniyle haber kapsamını belirlemede rolü vardır.
3. Batı Avrupa ve ABD’nin medyada daha fazla yer alırken, eski Sosyalist ülkeler ve üçüncü dünya ülkeleri daha az yer almaktadır.
4. Gelişmiş dünyada olduğu gibi gelişmekte olan dünyada da yatay akışlar mevcut olmasına rağmen, bu tür akış genel kapsama alanının dikey akışa veya yuvarlak akışa göre önemli ölçüde daha küçük bölümünü oluşturmaktadır.

Haber akışındaki bu döngü ithalat-ihracata benzetilebilir. Gelişmiş ülkeler hammaddeyi diğer ülkelerden alır, ardından aldığı bu hammaddeyi kendi teknoloji ve ekonomik çıkarlarına göre değiştirip geliştirirler. Ardından tüm dünyaya ve hammaddeyi aldığı ülke de dahil olmak üzere sunar/satar.

#### **2.4. Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi’nin Medya Aracılığıyla İnşası**

“Ortadoğu” sözcüğü Batı kaynaklı olup hem bu bölgeye olan uzaklığı hem de Batı kültürüne ve siyasetine uzaklığı ifade etmektedir. Ortadoğu dönem dönem farklı ülkeler tarafından farklı ifadelerle adlandırılmıştır. Ancak günümüze geldiğinde Ortadoğu artık bu bölgenin adı olmuş, coğrafi

konum farketmeksizin tüm ülkeler tarafından da kullanılmıştır. Bu açıdan bakıldığında bölgenin adlandırılmasının Batı merkezli sübjektif bir kavramsallaştırma olduğunu söylemek mümkündür. Ortadoğu İran, Mısır ve Türkiye üçgenini ve bu üçgen içinde kalan yerleri kapsamaktadır. Daha geniş bir şekilde tanımlanacak olursa; sözü geçen devletleri ve bu devletlere komşu olan Kuzey Afrika, Afganistan, Somali ve Sudan'ı içeren Müslüman ülkeleri ifade etmekte olup, bilim insanları arasında üzerinde anlaşmaya varılan tanım ise Arap ülkelerine Türkiye, İsrail ve İran'ın eklenmesiyle elde edilen bölgedir (Sander, 2007, s. 72). Kuzey Afrika, Doğu Akdeniz ve Basra Körfezi ülkelerinden oluşan Ortadoğu gerek jeopolitik konumu ve gerekse petrol ve doğal gaz kaynaklarıyla dünyanın en önemli bölgelerinden biri olup, çeşitli uygarlıkların boy attığı, farklı kültürlerin kaynaştığı, Asya, Afrika ve Avrupa kıtalarının birleştiği, Türk Boğazları vasıtasıyla Karadeniz'i Akdeniz'e, Süveyş Kanalı ile de her iki denizi Hint Okyanusu'na bağlayan stratejik bir konumdadır (Serdaroğlu, 2004, s. 223).

Bölgedeki birçok ülkede güç boşluğu olmasına rağmen bölge, fosil yakıt açısından zengindir. Ancak bu zenginliğe karşın sanayi ve teknoloji gelişiminde birçok ülkenin özellikle Batı'nın gerisinde kalmıştır. Bir ticaret bağlantısı ve geçiş alanı olarak bölge, Avrupa'nın merkezlerini Orta Doğu ve Hazar Denizi'nin kaynak açısından zengin ülkeleriyle birleştirmekte; Hint Okyanusu ve Asya-Pasifik bölgesindeki yoğun nüfuslu devletlerin büyük pazarlarına ulaştırmaktadır. Bölge, Kuzey Doğu ve Orta Avrupa'yı Akdeniz kıyısındaki ülkelerle birleştirmektedir. Bu bağlantılar, Avrupa ve Asya için karşılıklı bir ekonomik ve politik çıkar bölgesinin oluşmasına yol açmaktadır (Amineh, 2007, s. 2).

ABD'nin Orta Doğu'ya olan ilgisi 1920'lerde bölgede petrolün varlığının fark edilmesiyle ve buna paralel olarak Amerikan petrol şirketlerinin bölgedeki petrol ayrıcalıklarından pay kapma yarışına dahil olmalarıyla beraber başlamıştır (Arı,

2017, s. 73). Petrol kaynaklarını fark eden ABD, Ortadoğu ile ilişkiler kurmuş; öncelikle bazı Ortadoğu ülkeleriyle anlaşmalar yapılmış, ardından İkinci Dünya Savaşı sonrası ise SSCB ve ABD yeni düzende dünyanın iki egemen gücü olarak ortaya çıkmış, bu durum rekabeti tırmandırmıştır. Bu sebeple, Ortadoğu bölgesi sahip olduğu özelliklerden dolayı iki bloğun egemenlik mücadelelerinin yaşandığı topraklar haline gelmiştir. Soğuk Savaş döneminde ise Ortadoğu, Sovyetler Birliği ve ABD'nin güçlerini sergileyecekleri bir rekabet bölgesi haline gelmiştir.

Sanayi Devrimi'nden sonra petrol, sanayi ilişkilerini belirleyen ana madde olmuş, petrolü sanayisi güçlü ülkeler açısından dış politikalarını belirlemelerine neden olan en önemli madde haline gelmesi sanayileşmiş ülkelerin bölgeye olan ilgisini artırmıştır (Deniz, 2012, s. 171). Ortadoğu'nun dünyada bilinen en zengin petrol kaynaklarına sahip olması bölge üzerindeki güç savaşlarının en büyük sebebi olduğunu söylemek mümkündür. Dünya petrol rezervlerinin %65,3'ü Ortadoğu'da, %9,1'i Güney ve Orta Amerika'da, %7,3'ü Afrika'da, %6,2'si eski SSCB bölgesinde, %6,1'i Kuzey Amerika'da, %4,2'si Asya Pasifik'te ve %1,8'i Avrupa'da olup; doğalgazın %36,1'i ise Ortadoğu'dadır (Deniz, 2012, s. 170). Özetle Avrupa ve Asya'nın enerji kaynaklarının %75 ila %90'ı Ortadoğu'dan gelmektedir. Buna göre, bölgenin üzerinde güç sahibi olmak yalnızca bölgeye hükmetmeyi getirmemekte, aynı zamanda bu bölgenin enerji hammaddelerine ihtiyacı olan ülkeleri de kontrol edebilmeyi de sağlamaktadır. Chomsky ise bu durumu şu şekilde özetlemektedir:

*“Uzun süredir körfez bölgesinin dünyadaki başlıca enerji kaynaklarına sahip olduğu anlatılmıştı. Bu karşılaştırılamaz bir stratejik kaynaktır ve büyük bir zenginlik kaynağıdır. Kim bu bölgeyi kontrol ederse yalnızca muazzam bir zenginliğe erişmekle kalmaz, fakat aynı zamanda dünya işlerinde çok güçlü bir etkiye sahip olur. Çünkü enerji kaynaklarının kontrolü, dünya işlerinde çok güçlü bir maniveldir... ABD, İngiltere'nin*

*kurduğu yapıyı devraldı; temel ilke varlığını sürdürdü. Temel ilke Batı'nın (öncelikle ABD demektir) bu bölgede olup bitenleri kontrol etmesi demektir. Ayrıca, bölgenin zenginliğinin batıya akması gerekir. Bu da, öncelikle ABD ve İngiltere'ye akması anlamına gelir. Bu iki ülkenin enerji şirketleri, yatırımcıları, tekrar dolaşıma giren Petro-dolarlara büyük ölçüde bağımlı olan ABD hazinesi, ihracatçıları, inşaat firmaları vs. esas nokta budur. Karların Batı'ya akması ve iktidarın, başta Washington olmak üzere, mümkün olduğu kadar Batı'da kalması gerekir. Bu temel ilkedir” (Chomsky, 2003, s. 325).*

ABD'nin, dünyadaki petrol rezervlerinin sadece %2,5'una sahip olması ülkeyi enerji konusunda dışa bağımlı yapmaktadır. Ayrıca ABD petrol piyasalarının kontrolünü elinde tutmak istemekte, böylece ekonomik ve politik alanda güvenliğini sağlayarak zenginleşmeyi amaçlamaktadır. ABD, Soğuk Savaş sonrası kendisini tek güç olarak nitelendirmiş, bunu sürdürmek için enerji kaynaklarının kontrolünü elinde tutarak çok daha kolay ve uzun ömürlü olacağı düşüncesiyle hareket etmiştir. ABD, alternatif enerji planları sebebiyle Alaska gibi farklı yerlerde yedek planlar geliştirse de hem ekonomik hem de sürdürülebilirlik ve ulaştırma-taşıma konularında görece daha maliyetli olması Orta Doğu'yu cazip kılmaktadır.

Enerji rezervlerinin keşfi ve ihtiyacıyla birlikte önde gelen nedenlerden biri ise bölge hem üç kıtayı birleştiren demiryolları ve kara yollarının orta noktası olup, deniz ticaret yolları ve önemli geçitlerin de kontrol noktasında yer almaktadır. Geçmişten günümüze jeopolitik konumu ve gelişen siyasal ve toplumsal olaylar bölgeyi kültürel açıdan oldukça zengin bir hale getirmiştir. Birçok farklı imparatorluğun izleri, kültürel ve beşerî etkiler Ortadoğu'yu heterojen bir yapıya büründürmüştür. Bölge ayrıca tek tanrılı dinlerin doğduğu yer olması sebebiyle de diğer ülkelerin dikkatini çekmektedir. Musevilik, Hristiyanlık ve İslam'ın bu topraklar üzerinde doğması, bu üç büyük dinin mensupları açısından bölgenin sahiplenilmesi sonucunu doğurmakta; özellikle Kudüs gibi üç



din tarafından kutsal kabul edilen bir yerin Ortadoğu'da olması bölgeye ayrı bir mistik boyut katmaktadır (Deniz, 2012, s. 170-171). Bu durumdan kaynaklanan önemli örnekler olarak günümüzde de devam eden Arap-İsrail çatışmaları, bölgedeki mezhep kavgaları ve toplumsal istikrarsızlıklar verilebilir. Bu durum bölgenin Batı ülkelerinin müdahalesine sebep yaratmakta, istikrar ve barış için dış önlemlerin alınmasına olanak kılmaktadır.

Ortadoğu'daki politikalarında diğer ülkelerden farklı olan İsrail ise bir başka faktör olarak gösterilebilir. İsrail, ABD'nin bölgedeki müttefiki kimi zaman birbirlerinin arka bahçesi olarak nitelendirilmektedir. ABD, İsrail'e devlet olmadan önce de maddi ve manevi karşılıksız destek vermiş, Arap ülkelere karşı yanlı davranarak bölgedeki güvenliğini sağlamasında taraflı olmuştur. ABD'nin Orta Doğu politikalarında öne çıkan aktörlerden İsrail'in ABD'de bulunan lobilerin etkisi de önemlidir. İsrail lobisi ABD'deki yabancı lobiler arasında en organize olanı ve en çok destek göreni olmakla birlikte, ABD'nin İsrail'e yaptığı ekonomik ve askeri yardımın devamını sağlamak, İsrail'in bölgedeki güvenliğini devam ettirmek konusunda ABD'yi yönlendirmektedir (Kepsutlu, 2016, s. 137). Bu etki yasama-yürütme-yargı, ekonomik, sosyal alanlara kadar uzanırken çok sayıda think tank, sivil toplum kuruluşu ve önemli ulusal/uluslararası medya kuruluşları da İsrail lobilerinin etkisi ve kontrolü altındadır. Bu boyutta bir etki, kontrol ve ilişki düzeyi, ABD'nin Orta Doğu politikalarını şekillendirmesinde de etkili olmaktadır.

Bölge üzerinde yalnızca dış devletlerinin çıkarlarının bölgeye etkisinden kaynaklı sorunlar yaşanmamaktadır. Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesinin kendi içinde yaşadığı sorunlar da bölgeyi hem dış müdahalelere açık hem de istikrarsızlıkla karşı karşıya bırakmaktadır. Geçmişten günümüze yaşadığı sorunların nedenlerinin genel bir profili çizildiğinde:

- Ekonomik açıdan Batı'ya bağımlı olmak,
- Bölgede ve bölge ülkelerinde sektörel çeşitliliğin yok denecek kadar az olması, kendi kendine yetecek üretim yapılmaması,
- Teknoloji alanında çok geride kalınması,
- Kalifiye, eğitilmiş iş gücü oranının düşük olması ve nüfus artışı,
- Sadece petrol ihracatına odaklı ekonomik yapı,
- Siyasi yönetimde yetersizlik ve istikrarsızlık,
- Mevcut enerji kaynaklarının etkili kullanılamaması

gibi maddeler ortaya çıkmaktadır. Ortadoğu'nun sahip olduğu jeopolitik önem, enerji kaynakları, tarihi ve sosyolojik yapısı özellikle süper güç olmak isteyen ABD'nin ilgisini bölgeye çekmektedir. Ancak sıralanan sorunlar bölgenin bu gücün etkisi altına girmesini kolaylaştırmakta, uluslararası kamuoyundaki imajını da zayıflatmaktadır. Bu sebeple ABD, Orta Doğu'da varlığını sürdürmek istemiş, ancak saldırgan bir tutum yerine denge politikası izlemeye çalışarak, sömürgeci izlenimi vermekten kaçınmıştır.

#### **2.4.1. Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'ne Genel Bir Bakış**

Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi (GOKAP); Kuzey Afrika ülkelerini, Arap Orta Doğu ülkelerini (Suriye, Lübnan, Filistin, Ürdün, Irak, Suudi Arabistan ve Basra Körfezi ülkeleri); Arap olmayan Orta Doğu ülkeleri İran, Türkiye ve İsrail'i; Afganistan ve Pakistan ülkelerini ve Orta Avrasya ülkelerini (yani, Orta Asya'nın dört cumhuriyeti ve Güney Kafkasya'daki üç yeni devleti) kapsamaktadır. Proje'nin sınırları; Kuzey Atlantik kıyısındaki Fas'tan Akdeniz'in kıyı ülkeleri üzerinden Kafkas Dağları'nın çevresine ve Karadeniz, Hazar Denizi, Basra Körfezi,

Arap Denizi ve Kızıldeniz kıyılarına kadar uzanmaktadır. Bölgenin kuzeydoğusunda Rusya Federasyonu, doğusunda ve güneyinde hızla sanayileşen Çin ve Hindistan yer almakta; bu üç ülke de Avrupa Birliği ile GOKAP'ın kaynak açısından zengin bölgelerine doğru çekilmektedir. Bölgedeki devlet sistemi üç tarihi sürecin sonucudur. Birincisi, bölge siyasetinin ve kültürlerinin uzun vadeli tarihi evrimidir. İkincisi, sömürge ve sömürge sonrası gelişmelerdir, özellikle de hem dışsal müdahaleler hem de 19. ve 20. yüzyılın başlarındaki bölgenin bağımsız ulus-devletlerinin oluşumunda da etkili olan yerel baskılar sonucu İslam imparatorluklarının parçalanmasıdır. Son olarak, Sovyetler Birliği'nin dağılması, Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve eski Sovyet Orta Asya ve Kafkasya'nın veya Orta Avrasya'nın yeni bağımsız devletlerinin ortaya çıkması olarak sınırlandırılabilir. ABD'nin GOKAP ile Kuzey Afrika ülkeleri, Doğu Akdeniz, Basra Körfezi, Arap Yarımadası, Türkiye, İran, Kafkasya ve Orta Asya ülkelerini kapsayan çok daha geniş bir bölge kastedilmektedir (Serdaroğlu, 2004, s. 224).

Büyük Ortadoğu Projesi (BOP), 21. yüzyılın başında ABD tarafından ortaya atılan ve Ortadoğu ile Kuzey Afrika bölgesini kapsamlı bir şekilde yeniden yapılandırmayı hedefleyen stratejik bir girişimdir. BOP, ABD'nin 21. yüzyılın başında Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Güney Asya bölgelerinde “demokrasi, özgürlük ve refahı” yaymak amacıyla geliştirdiği bir dış politika stratejisidir. Proje'nin adı daha sonra bölgelerin genişletilmesiyle değişerek Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi (GOKAP) olmuştur. Bu proje, resmi olarak 2004 yılında G8 zirvesinde duyurulmuş ve ABD'nin küresel hegemonyasını pekiştirmek için bir araç olarak değerlendirilmiştir. Proje; bölgenin siyasi, ekonomik ve toplumsal yapısını demokratikleştirme, insan haklarının iyileştirilmesi ve piyasa ekonomisinin yaygınlaştırılması yoluyla dönüştürülmesini amaçlamaktadır. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle tek kutuplu dünya düzeni şekillenmiş ve

ABD'nin küresel hegemonya stratejisi çerçevesinde enerji kaynaklarının güvenliği temel bir öncelik haline gelmiştir. Ortadoğu, dünya petrol rezervlerinin %60'ından fazlasını barındıran bir bölge olarak ABD'nin jeopolitik çıkarlarının merkezine yerleşmiştir. Bu dönemde, bölgenin istikrarsızlık kaynağı olarak görülen otoriter rejimler ve radikal hareketler, Batı'nın güvenlik ve enerji politikalarını tehdit eden unsurlar arasında yer almıştır. "Ortadoğu'da Barış ve İstikrarı Koruma" başlığını taşıyan bu Proje 1957'de ABD Kongresi'nde kabul edilen Eisenhower Doktrini ile benzeşse de bu doktrinden çok daha büyük hedefler içermektedir (Kepsutlu, 2016, s. 192). Enerji kaynaklarına ve/veya önemli ulaşım yollarına sahip olan ülkeler Proje kapsamında yer almaktadır. Irak, İran, Suriye, Ürdün, Umman, Yemen, Lübnan, Filistin, Türkiye, Mısır, Sudan, Bahreyn, Kuveyt, Suudi Arabistan, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Pakistan, Afganistan, Moritanya, Fas, Cezayir, Tunus, Libya bu kapsamda projeye dahildir. Ancak ABD'nin bölgeyle ilgili büyük hedeflerin amaçlandığı bu Proje resmi olarak duyurulmamış ve Proje'yle ilgili resmi bir belge yayınlanmamıştır.

Proje'nin doğuşu 11 Eylül Saldırıları ve küresel terörizm korkusunun yaygınlaşmasına dayandırılmış olsa da temelleri daha öncesine dayanmaktadır. Bill Clinton döneminde 1995, 1996, 1997, 1998 ve 1999 yıllarında hazırlanan Ulusal Güvenlik Stratejileri, nükleer ve kitle imha silahlarına sahip devletlerden gelebilecek tehditleri vurgulamış ve bu ülkeleri "serseri devletler" olarak tanımlamış, buna yönelik bölge üzerine politikalar geliştirilmiştir (Kepsutlu, 2016, s. 192). Küresel terörizm kaynağı olarak ABD'nin sömürgeci yaklaşımları, bölge ülkelerinin arasında bu sömürü dolayısıyla zengin-fakir uçurumunun oluşması ve kökten dinci İslami normların bir araya gelmesi olarak düşünülmektedir. Sovyetler Birliği'nin yıkılmasıyla ABD gücünü ispatlamaya ve dünya lideri vasfını almaya çalışması sebebiyle bu sömürgeci ve emperyalist uygulamaları ABD'yi küresel terörizmin

hedefi haline getirmiştir. Bu sebeple, ABD daha fazla terörizmi çekmemek ve uluslararası kamuoyunun tepkisini almamak amacıyla stratejik planlar oluşturma ve uygulamayı öngörmüştür.

Özellikle enerji kaynakları üzerindeki üstünlük mücadelesi bölgedeki gerilimin başlıca sebebidir. SSCB kendi enerjinin rezervlerine sahip olsa da kaynakların Batı'ya akışını engellemek ve Sovyet kontrolünü sağlamak için; ABD ise bu kontrolü engellemek ve ihtiyacı olan rezervleri alabilmek amacıyla bölgede etkin olmak istemiştir. Ancak SSCB'nin 1991 yılında dağılmasıyla ABD, bölgede en önemli güç olarak kalmış ve Ortadoğu üzerinde ABD egemenliği başlamıştır. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle yeni bir dönem başlamıştır. Bu gelişmeler sonrasında, ABD Başkanı George H. Bush tarafından 1990 yılında “yeni dünya düzeni” kavramı ilk kez kullanılmıştır. Daha önce de bu kavramdan bahsedilmiş, ancak ABD'nin bunu bir basın toplantısında duyurmasıyla yeni stratejilerin uygulandığı tek gücün hakim olduğu yeni bir dönem başlamıştır. George H. Bush sonrasında gelen Bill Clinton dönemi ABD, bu yeni dünya düzeni dış politikasını önemli ölçüde devam ettirmiştir. Bu yeni dış politika; kuzeyde Kafkasya ve Türkiye'den güneyde Arap coğrafyası ve Somali'ye, doğuda Orta Asya'dan batıda Fas'a kadar olan bölgeyi BOP adı altında ekonomik, siyasi, kültürel, askeri boyutlarıyla mercek altına almış ve yeniden şekillendirmeyi hedeflemiştir (Kepsutlu, 2016, s. 194). ABD'nin 1991 ve 1996 yılında ABD Güvenlik Stratejisi'nde bazı açıklamaların üzerinde durulmuştur: a) her an savaşıma hazır olarak güvenliğinin sağlandığı, b) diğer ülkelere demokrasinin teşvik edildiği, c) ABD'nin dünya liderliğinin hiç olmadığı kadar gerekli olduğu, genişlemeci ve yayılmacı politikaları çerçevesinde uygulanmaktadır (Kepsutlu, 2016, s. 194).

1997'de “Yeni Bir Yüzyıl için Ulusal Güvenlik Stratejisi”nde ise Amerikan çıkarlarının iç ve dış tehditleri sınıflandırılmış, daha önce açıklanan ilkelerin ise korunacağı da vurgulanmıştır.

Tehditler şu şekilde sınıflandırılmış ve açıklanmış; bu tehditlere karşı uluslararası iş birliği de istenmiştir (Kepsutlu, 2016, s. 195):

- a) Bölgesel ve Devlet Merkezli Tehditler: Bazı ülkelerin nükleer, biyolojik ve kimyasal silahlarla saldırı kapasitelerini artırdıkları ve bu durumun ABD'nin yaşamsal çıkarlarını tehdit ettiği vurgulanmış;
- b) Bölgesel ve Devlet Merkezli Olmayan Tehditler: Terörizmin, uluslararası örgütlü suçların, silah kaçakçılığının, yasa dışı uyuşturucu ticaretinin ABD'nin çıkarlarına zarar verdiği belirtilmiş;
- c) Kitle İmha Silahlarından Kaynaklanan Tehditler: Kimyasal, biyolojik ve nükleer silahların küresel güvenlik için büyük bir risk olduğunun altı çizilerek, ABD'nin bu gibi silahlara sahip ya da sahip olmaya çalışan ülkelerin tutumunu kabul edilemez bulduğu üzerinde durulmuştur.

1998'de “Yeni bir Yüzyıl için Ulusal Güvenlik Stratejisi”nde ise “yaşamsal çıkarlar”, “önemli ulusal çıkarlar” ve “insani ve diğer çıkarlar” sınıflandırmasıyla Amerikan çıkarları detaylandırılarak ABD'nin çıkarları doğrultusunda pozisyon alacağı vurgulanmıştır. 1999 yılında ise Clinton yönetimi, “Yeni Bir Yüzyıl için Ulusal Güvenlik Stratejisi” raporunu küreselleşme kavramı etrafında çerçevelemiş; ulusal füze savunma sistemleri ve düşman devletlerin elindeki kitle imha silahlarının varlığını vurgulayarak güvenlik sorununa dikkat çekmiştir. Bu raporlara ve açıklamalara bakıldığında, GOKAP'ın temelleri Bill Clinton döneminde atılmış, George W. Bush döneminde ise uygulamaya konmuştur.

#### **2.4.2. 11 Eylül Saldırıları ve Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi**

Sovyetler Birliği ve Afganistan Savaşı döneminde Batı ülkeleri ve ABD, Afganistan'daki “Müslüman savaşçılara

(mücahitlere)” destek vererek Sovyetler’e karşı direnmelerine yardım etmişlerdir. El Kaide ise bu dönemde radikal İslamcı grupların toplandığı bir örgüt haline gelmiştir. 1990’ların sonunda ise özellikle ABD’nin Orta Doğu’daki varlığına ve Batı devletlerine karşı düşmanlıklar ortaya çıkmış, bölgedeki ve İslam dünyasındaki olaylar ise radikalleşmeyi artırarak, İslamcı terörist grupları da harekete geçirmiştir. Bunların sonucunda 11 Eylül 2001’de El Kaide tarafından kaçırılan 4 yolcu uçağıyla saldırılar gerçekleştirilmiştir. Saldırıları, ABD’nin New York ve Washington şehirlerine yapılmış, en büyük terör saldırılarından biri olarak kayda geçmiş, 19 terörist tarafından Dünya Ticaret Merkezi İkiz Kuleler ve Pentagon’a yapılmış saldırılarda yaklaşık 3000 kişi hayatını kaybetmiştir. Saldırı sonrasında Amerikan hükümeti acil durum ilan ederek tüm askeri birliklerini göreve çağırmıştır (Kepsutlu, 2016, s. 211).

Ortadoğu ve ABD ilişkileri kimi zaman iş birlikleri, anlaşmalar, yardımlar gibi gelişmelerle sürdürülürken kimi dönemlerde ise bölge üzerinde çok sayıda çatışma ve müdahaleler yaşanmıştır. Bu gelişmeler daha çok Orta Doğu toprakları içerisinde yaşanmıştır. Ancak 11 Eylül, terörün Orta Doğu dışında ABD gibi kendisini dünya gücü olarak tanımlayan bir ülkenin topraklarına taşındığı ve tehdidin bölge sınırlarını aştığını göstermiştir. Bu saldırılar ABD’ye yapılmış olsa da etkileri uluslararası boyuta ulaşmıştır. Yeni dünya düzeninin başladığı söylenmiş ve bunun her alanda sonuçları olmuştur. Özellikle ABD ve Batı ülkeleri için bu saldırılar bir dönüm noktası olmuş, tüm disiplinleri etkileyecek yeni bir dönem başlamıştır. Bu saldırılar sonrasında ABD, tüm güvenlik anlayışını ve stratejilerini değiştirerek “terörle savaş” ilan etmiş, İslamcı terörle mücadele için uluslararası iş birliği ve istihbarat paylaşımlarını geliştirmiştir. Bu savaş, ABD’nin Orta Doğu’daki askeri, kültürel, ideolojik ve siyasal etkisini artırdığı bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bush, saldırılardan sonra 27 Eylül 2001’de Kongre ortak oturumunda yapmış olduğu konuşmasında Amerikan halkına hitap etmiştir.

Kongre'nin ortak oturumunda Bush Doktrini olarak anılacak olan Amerikan politikasının esaslarını belirlenmiş ve başkan Bush'un "Dünyanın neresinde olursa olsun devletlerin bir karar vermesi gerekir: bizimle misiniz yoksa teröristlerle mi?" şeklinde konuşmasıyla ülkeleri taraf seçme sürecine dahil edilmiştir (Arı, 2017, s. 125). "Ya bizimlesiniz ya onlarla (teröristlerle)" kutuplaşmasını yaratan W. Bush, Soğuk Savaş sonrası sona erdiği düşünülen ayrılmış dünya anlayışını yeni bir bağlamda tekrar ortaya çıkarmıştır. Yeni bir dünya kurulmasının eşiğinde bu saldırılarla güvenlik, tehdit ve terör gibi kavramlar yeniden yorumlanmış, uluslararası siyasette farklı formüller ve yeni alanlarda bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bush'un bu konuşması Amerika'nın yeni politikasının temelleri olup, kısaca şu esaslarla özetlenebilir (The White House, 2001):

- El Kaide liderliği Afganistan'da büyük bir nüfuza sahiptir. Ülkenin büyük bir bölümünü kontrol eden Taliban rejimini desteklemektedir. Afganistan'da El Kaide'nin dünya vizyonunu görüyoruz.
- ABD, Afganistan halkına saygı duymaktadır. Ne de olsa şu an en büyük insani yardım kaynağı biziz. Ancak Taliban rejimini kınıyoruz. Sadece kendi halkına baskı uygulamakla kalmıyor, teröristleri destekleyerek, barındırarak ve onlara tehditte bulunarak her yerdeki insanları tehdit etmektedir. Taliban rejimi cinayete yardım ve yataklık ederek cinayet işlemektedir.
- Teröre karşı savaşımız El Kaide ile başladı ama orada bitmeyecek, küresel erişime sahip her terörist grup bulunana, durdurulana ve yenilgiye uğratılana kadar bitmeyecektir. Amerikalılar soruyor, neden bizden nefret ediyorlar? Burada bu salonda gördüğümüz şeyden nefret ediyorlar. Demokratik olarak seçilmiş bir hükümet, liderleri kendi kendine atıyorlar. Özgürlüklerimizden nefret ediyorlar. Din, ifade ve



aynı fikirde olmama özgürlüğümüzden, oy kullanma özgürlüklerimizden nefret ediyorlar.

- Mısır, Suudi Arabistan ve Ürdün gibi pek çok Müslüman ülkede mevcut hükümetleri devirmek istiyorlar. İsrail'i Ortadoğu'dan çıkarmak, Hristiyanları ve Yahudileri Asya ve Afrika'nın geniş bölgelerinden sürmek istiyorlar.
- Amerikalılar soruyor: Bu savaşta nasıl mücadele edeceğiz ve kazanacağız? Elimizdeki her kaynağı, diplomasinin her aracını, istihbaratın her aracını, kolluk kuvvetlerinin her aracını, finansal nüfusun her aracını, kolluk kuvvetlerinin her aracını ve gerekli her savaş silahını küresel terör ağını çöktürmek ve yenmek için kullanacağız.
- Amerikalılar tek bir muharebe değil, şimdiye kadar gördüklerimize hiç benzemeyen uzun bir kampanya beklemelidir. Bu kampanya televizyonlarda görülebilecek dramatik saldırıları ve başarıya ulaşsa da gizli operasyonları içerebilir. Teröristleri finansman açığına düşürecek, sığınacak veya dinlenecek bir yer kalmayana kadar sürecek. Terörizme yardım eden güvenli liman sağlayan ülkelerin peşine düşeceğiz. Artık her bölgedeki ülkenin vermesi gereken bir karar var: Bizimle misiniz yoksa teröristlerle mi? Bugünden itibaren, terörizmi barındırmaya ya da desteklemeye devam eden her ülke ABD tarafından düşman bir rejim olarak kabul edilecektir.

ABD Başkanı bu doktrinle tehdidin küresel olduğunu, Hristiyan ve Yahudilere, İsrail'e karşı olduğunu belirtirken, kendisini en büyük insani yardım kaynağı ilan etmiş ve demokratik hak ve özgürlüklere karşı bir saldırı olduğunu da vurgulamıştır. Böylelikle ulusal bir saldırıyı çok yönlü ve küresel bir tehdit olarak ilan etmiştir. ABD yalnızca tehditleri açıklamamış, bununla nasıl mücadele edeceğini de

söylemiş, operasyonları ve yöntemlerini de meşrulaştırmıştır. Saldırının yalnızca Afganistan’la kalmayacağını mesajını verirken, kendisine destek olmayan ülkeleri de terörist olarak nitelendirerek küresel bir göz dağı vermiştir. Ancak bu açıklamada dikkat çeken bir diğer nokta Bush’un ülkelerle birlikte hareket edeceği değil, tek taraflı olarak operasyonları gerçekleştireceğidir. Kendisine destek vermeyen ülkeleri terörist ilan etmiş olsa da bu konuda dış kamuoyu ve ülkelerinin desteğini alma konusunda meşrulaştırmaya gitmemiştir. Ancak, saldırıları dini boyuta taşıyarak Batı’nın bu ülkelere karşı beraber olması gerektiğini ve kendileri için de bir tehdit oluşturduklarının altını çizmiştir. ABD’nin çoklu iş birliğinde daha çok tek taraflı davranacağını göstergeleri, bu süreçteki uygulamalarında ve hareketlerinde mevcuttur.

Saldırıların faileri henüz belirlenmemesine karşın, Başkan Bush, “haçlı seferi” (crusade) kavramını kullanarak savaş hali ilan etmiş; Irak, İran, Suriye ve Kuzey Kore’yi ise “şer eksen” olarak tanımlamıştır. Diğer taraftan teröre destek verdikleri iddia edilen Afganistan, İran, Irak ve Suriye, aynı kuşak üzerinde yer almakta ve aralarında en zayıf olan Afganistan olması sebebiyle, Taliban ve Ladin’in suçlamaları reddetmesine rağmen operasyona buradan başlanmıştır (Kepsutlu, 2016, s. 213). Dönemin ABD Başkanı, saldırılarla ilgili olarak El-Kaide’yi sorumlu tutacak kadar kanıt elde ettiklerini ifade etmiş olsa da, saldırılardan sonra herhangi bir örgüt bunu üstlenmemiş, Usama bin Ladin ise bu saldırılardan sorumlu olmadıklarını belirtmiştir. Ancak İngiltere’nin de desteğini alan ABD ise bu açıklamaları dikkate almamış, Taliban’dan bu terör örgütünün üst kademedeki yöneticilerinin kendisine teslim edilmesini, Afganistan’da bulunan terör kamplarının kapatılmasını ve bu teröristlerin de ABD’ye verilmesini talep etmiştir. Taliban yönetimi bunun sonucunda Ladin’in bu saldırıları gerçekleştiremeyeceğini belirtirken, saldırıları da kınamıştır. Saldırı ve sonrasında yapılan açıklamalar sonucunda İslam dünyası zan altında bırakılsa da Doğulu ve İslam devletleri saldırıya tepki göstermişlerdir.

Bunların sonucunda, radikal İslam ve terörizm küresel bir mesele olarak ele alınmış, hem Ortadoğu ilişkileri hem de dünyadaki terörle mücadele politikaları büyük bir dönüşüme girmiştir. 11 Eylül Saldırıları her alanda derin bir etkiye neden olmakla birlikte, özellikle ABD'nin güvenlik stratejilerini büyük ölçüde yenilemesiyle sonuçlanmıştır. Saldırılardan birkaç gün sonra El Kaide'ye yönelik askeri operasyonlar başlamış, Afganistan'a yönelik operasyonlar sonrasında Taliban rejimi yıkılmıştır. ABD terör gruplarını besleyen ve destek olan diğer ülkeleri tehdit grubuna almış ve ilerleyen dönemlerde askeri operasyonlar, yaptırımlarla yeni güvenlik politikalarını uygulamaya koymuştur.

11 Eylül sonrası ABD, terörle mücadele için uluslararası iş birliğinin önemine atıfta bulunmuş ve bu konuda teşvik edici bir yol izlemiştir. Birçok ülkenin bu amaçla ABD'ye destek vermesinin, istihbarat paylaşımının yanı sıra NATO ve diğer uluslararası örgütlerle de iş birliği teşvik edilmiştir. Saldırıları sonrasında ABD iç güvenlikte de reformlara başlamış, bunların bazıları ise tartışılmıştır. Sivil özgürlük, güvenlik ve istihbarat toplama gibi konular arasındaki denge sorgulanmış, kimi zaman tepki çekmiştir. Şu anda da etkin olan birçok güvenlik dairesi, kuruluşu bu dönemde hayata geçirilmiştir. ABD Kongresi, 11 Eylül sonrası "Patriot Act" adı verilen hükümetin terörizme karşı mücadelede gözetim ve izleme yetkisini genişletmesine yönelik yasayı kabul etmiştir. 11 Eylül sonrası İslamofobi ve radikalleşme gibi sosyal, siyasi gerilim ve ırkçılık yükselişe geçmiş, Müslüman topluluklar kimi ülkelerde ayrımcılıkla karşı karşıya kalmıştır. 11 Eylül Saldırıları, ABD'de günlük hayattan siyasete kadar tüm gündemi değiştirmiş, Orta Doğu ve dünya siyasetini ve geleceğini de etkileyen bir dönüm noktası olmuştur. Özellikle Amerikan vatandaşlarını kendi evinde vuran ve öldüren bu saldırılar halkın, terörle birebir tanışmasına sebep olmuştur. Bu durum elbette ABD halkını büyük bir korku ve güvensizliğe sürüklerken, savaş, saldırı ve tehdit gibi kavramların yeni

baştan tanımlanması gereği doğmuştur (Arı, 2017, s. 126). Bu saldırılar gerek etki gerekse sonuçları olarak siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, güvenlik çalışmaları, ekonomi, sosyo-kültürel alanları birebir etkilerken medya çalışmaları ve habercilik için de önemli bir dönüm noktası olmuştur.

1991 ve 2003'teki Körfez Savaşları ABD'nin petrol odaklı Ortadoğu politikalarını belirgin şekilde göstermiştir. Ancak Irak'ın işgalinden sonra Amerika'nın karşılaştığı direniş, Ortadoğu politikasının zora dayalı uygulamalarının yanlışlığını göstererek, ideolojik ve kültürel mekanizmalara ihtiyaç olduğunu kanıtlamış; eğitim, basın-yayın, evrensel demokratik idealler yoluyla rızaya dayalı meşrulaştırma mekanizmalarını içeren Büyük Ortadoğu Projesi uygulamaya konmuştur (Deniz, 2012, s. 174). Afganistan'ın 11 Eylül sonrasında El Kaide ve Taliban'ın merkezi olarak görülmesi sonucunda, kendinde başka bölge ülkelerine yönelik politikaları da etkilemiştir. 11 Eylül Saldırıları Ortadoğu için bir dönüm noktası olmuş, ABD denge politikasından daha çok saldırgan ve tehditkar politikalara yönelmiştir. Bu saldırılarla bölgeye olan müdahalesini meşrulaştırmaya çalışmış ve kimi ülkelerin itirazına rağmen bölgede gücünü daha baskın hale getirmiştir.

#### 2.4.3. RAND Raporu

Proje kuramsal dayanağını, SSCB'nin dağılmasıyla birlikte tek kutuplu dünya düzeninde askeri, ekonomik ve politik mücadelelerin sona ererek, bu yeni düzende liberal demokrasinin ve kapitalizmin hakim olduğunu öne süren Samuel P. Huntington'ın *Medeniyetler Çatışması (Clash of Civilizations)* (1996) ve Francis Fukuyama'nın *Tarihin Sonu ve Son İnsan (The End of History and the Last Man)* (1992) tezlerinden almıştır. Huntington (2019, s. 53-57), dünyada dokuz temel medeniyet olduğunu ve evrensel düzeydeki en tehlikeli gelişmelerin bu medeniyetler arasında çıkacak çatışmalar olduğunu öne sürmüştür. Bu medeniyetler ise Batı, Konfüçyus, Budist, Japon, İslam, Slav, Ortodoks, Latin

Amerika, Hint ve Afrika'dır. Bu kategoriler altında topladığı medeniyetleri ise Batı (ABD, Katolik ve Protestan Avrupa, Avustralya), Latin Amerika (Güney ve Orta Amerika), Afrika (Büyük Sahra ve Somali'nin güneyi ile Eritre'nin batısında kalan Afrika toprakları), İslam (Sahra, Somali, Eritre, dahil kuzey Afrika; Orta Doğu, Pakistan, Orta Asya; Malezya, Endonezya, Filipinler) ve Konfüçyus (Çin) şeklinde coğrafi olarak bölgelendirmiştir. Huntington Batı'yı ideal ve öncü bir medeniyet olarak görmüş ve Türkiye için "ılımlı İslam" modelini öne sürmüştür. Bu düşünce GOKAP'ın temelini oluşturan fikirlerden biri olmuştur. Bunun yanı sıra GOKAP'a dayanak oluşturan bir diğer çalışma olan RAND Cooperation isimli think-tank kuruluşunun 2003 yılında hazırladığı ve Başkan Bush'a daha önce de sunulan *Sivil Demokratik İslam: Ortaklar, Kaynaklar ve Stratejiler (Civil Democratic Islam: Partners, Resources and Strategies)* başlıklı raporu olup, rapor bu konuda detaylı bilgiler içermektedir.

ABD; modern sanayileşmiş dünya ve aslında bir bütün olarak uluslararası toplum, sistemin geri kalanıyla uyumlu, demokratik, ekonomik açıdan istikrarlı, sosyal açıdan ilerici ve uluslararası norm ve kuralları takip eden İslam dünyası tercih etmektedir. Aynı zamanda, Batı'daki Müslüman azınlıklar ile "yerli" halk arasındaki çatışmaları, neden olduğu artan iç huzursuzlukları, Müslüman dünyasında artan militanlığa ve bunun sonuçlarına, istikrarsızlığa ve terörizme kadar "medeniyetler çatışması"nın tüm olası varyantlarını engellemek istemektedir (Bernard, 2003, s. ix). Bu sebeplerle İslami karışım içinde küresel barış ve uluslararası toplumla en uyumlu, demokrasi ve moderniteye dost unsurları doğru tespit etmek ve onlarla iş birliği yapmanın en uygun yolunu bulmanın kolay olmayacağı da vurgulanmaktadır. Raporda İslam dünyasındaki krizlerin nedeni, başarısızlıklar ve mevcut durum hakkında değerlendirmeler yapılmaktadır. Rapora göre İslam'ın mevcut krizinin iki ana bileşeni vardır: Gelişmedeki başarısızlık, gelişememe ve küresel ana akımla

bağlantıyı kaybetmek. Bunların sonucunda İslam dünyası uzun bir geri kalmışlık ve karşılaştırmalı güçsüzlük sürecinden geçmiş; Milliyetçilik, pan-Arabizm, Arap sosyalizmi ve İslami revizyon gibi birçok farklı çözüm denenmiş ancak başarılı olunamamıştır. Tüm bunların sonucunda ise hayal kırıklıklarından kaynaklı olarak bir öfke ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, her iki taraf için de rahatsız edici bir durum olan İslam dünyasının çağdaş küresel kültüre ayak uyduramaz hale geldiği de ifade edilmiştir. Müslümanların ise bu konuda ne yapılması gerektiğini ve toplumlarının nasıl olması gerektiği konusunda ortak bir fikre sahip olmadığı da belirtilerek bu durum dört temel gruba ayrılmıştır (Bernard, 2003, s. ix-x):

- Köktendinciler (Fundamentalists): Demokratik değerleri ve çağdaş Batı kültürünü reddetmektedirler. Kendi katı İslam hukukunu ve ahlaki görüşlerini uygulayacak otoriter, püriten bir devlet istemektedirler. Bu amaca ulaşmak için inovasyon ve modern teknolojiyi kullanmaya hazırlardır.
- Gelenekçiler (Traditionalists): Muhafazakar bir toplum isterler. Modernliğe, yeniliğe ve değişime şüpheyle yaklaşmaktadırlar.
- Modernistler: İslam dünyasının küresel modernitenin bir parçası olmasını isterler. İslam'ı çağa uygun hale getirmek için modernleştirmek ve reforme etmek istemektedirler.
- Laikler (Secularists): İslam dünyasının Batı endüstriyel demokrasileri tarzında din ve devlet ayrımının kabul edilmesini ve dinin özel alana indirgenmesini istemektedirler.

Raporda; bu grupların, siyasi ve bireysel özgürlük, eğitim, kadının statüsü, ceza adaleti, reform ve değişimin meşruiyeti ve Batı'ya yönelik tutumları gibi bugün İslam dünyasında tartışmalı hale gelen temel konularda belirgin şekilde farklı pozisyon aldıkları söylenmektedir. Buna göre:

“Köktendinciler” Batı’ya ve özellikle ABD’ye düşmandır ve farklı derecelerde de olsa demokratik moderniteye zarar vermeye ve onu yok etmeye niyetlidirler. Gerici taktiksel fikirler dışında onları desteklemenin bir seçenek olmadığı belirtilmiştir. “Gelenekçiler”in genellikle daha ılımlı görüşlere sahip olduğu, ancak farklı gelenekçi gruplar arasında önemli farklılıkların olduğu ifade edilmiştir. Bazı gelenekçilerin köktendincilere daha yakın olduğu söylenirken; hiçbir modern demokrasiyi ve modernitenin kültür ve değerlerini gönülden benimsemedikleri de vurgulanmıştır. “Modernistler” ve “Laikler” ise değerler ve politikalar açısından Batı’ya en yakın grup olarak tanımlanmış; ancak genellikle diğer gruplara göre daha zayıf bir konumda oldukları ifade edilmiştir. Güçlü bir destekten, mali kaynaklardan, etkili bir altyapıdan ve kamusal bir platformdan yoksun oldukları da belirtilmiştir. Laiklerin, bazen daha geniş ideolojik aidiyetleri temelinde müttefik olarak kabul edilemez olmalarının yanı sıra, İslami kitlelerin geleneksel kesimine de hitap etmekte zorlandıkları da vurgulanmıştır (Bernard, 2003, s. x). Raporda Türkiye’den İslam dünyasının en başarılı devletlerinden biri olarak bahsedilmiş, ilerlemesini agresif bir laiklik politikasıyla sağladığı söylenmiştir. Türkiye aynı zamanda İslami bir yönetimin çok kısa bir süre içinde koyu Müslüman bir Osmanlı devletinden laik bir sisteme dönüşmesinin de örneği olarak verilmiştir. Raporda oldukça detaylı şekilde verilen bazı izlenim ve stratejiler de belirtilmiştir. Buna göre (Bernard, 2003, s. xi-xii):

- Önce modernistleri destekle: Eserlerini yayma, görüşlerini İslami müfredata dahil etme, görüşlerini web siteleri, okullar, yayınevleri ve başka araçlarla geniş kitlelere ulaştırma, medyada ve müfredatlarında İslam dışı ve öncesi tarih ve kültürlerle yer vererek farkındalık yaratılması ve bunu teşvik etmek,
- Gelenekçileri, köktendincilere karşı destekle: İki grubun arasındaki anlaşmazlıkları teşvik etme ve

aradaki ittifakları engelleme, Hanefi hukuk ekolü gibi modernizme daha yakın olanları diğerlerine karşı teşvik etme,

- Köktendincilerle yüzleşme ve karşı çıkma.
- Seçici bir şekilde laikleri destekleme: Köktendinciliğin ortak bir düşman olarak kabul edilmesini teşvik etme, milliyetçilik ve sol ideoloji gibi gerekçelerle ABD karşıtı güçlerle laiklik ittifakının cesaretini kırma, din-devlet işlerinin birbirinden ayrılmasının tehlikeli olmadığı fikrini destekleme gibi öneriler yer almaktadır.

Dış dünyanın İslam'ın ılımlı, demokratik bir yorumunu ve sunumunu teşvik etmeye çalışması gerektiği düşüncesi birkaç on yıldır dolaşımda olmakla birlikte 11 Eylül 2001'den sonra büyük bir aciliyet kazanmıştır. Özetle stratejinin temel noktalarını; modernist bir liderlik oluşturmak, köktendincilere karşı saldırıya geçmek, Batılı demokratik modernite değerlerini etkili bir şekilde tanıtmak, eğitime ve gençlere odaklanmak gibi başlıklar altında toplamak mümkündür (Bernard, 2003, s. 61-63). Raporda ayrıca bazı kilit konularda da açıklamalar mevcuttur. Örneğin; demokrasi ve insan hakları, çok eşlilik, kadın hakları, kadına şiddet, azınlıklar, ceza sistemi ve İslami adalet bu başlıklar içerisinde yer almakta ve değerlendirilmektedir. ABD'nin özellikle Ortadoğu üzerindeki politikaları ve yayılmacılığı 11 Eylül Saldırıları öncesinde de mevcutken, izlenilen güvenlik stratejilerinin ise bu döneme göre oldukça yumuşak olduğu söylenebilir.

*“Clinton yönetimi daha çok alternatif güçlerin engellemesine yönelik politikalar izlemekteydi. Terörün uluslararası bir tehdit olduğu ve nükleer-biyolojik silah yapımını sağlayacak teknolojilerin yayılmasıyla oluşabilecek zararların büyük olacağı kabul edilmekle birlikte, bu konuda daha çok liberal politikaların uygulanması çerçevesinden yumuşak stratejiler izlenmekteydi. Clinton yönetimine bu dönemde yapılan eleştirilerde Washington'un özellikle Ortadoğu'da*



*ABD'ye meydan okuyan devletlere karşı gerekli kararlı politikaları izlemediği noktasında olmuştur” (Yeşiltaş, 2004, s. 27).*

11 Eylül Saldırıları sonrasında hem iç hem de dış güvenlik politikalarında oldukça sert ve olağanüstü politikalar uygulanmaya başlanmıştır. ABD'nin ana gündemi Ortadoğu'da barış, bölgesel/küresel etnik ve dini tehditler, küresel terörizm, kitle imha silahlarıyla mücadele, örgütlü suç ve Batı'nın demokratik normlarından uzak devletler olmuştur. İkinci Bush yönetimi söz konusu olan bu maddeleri gerekçe göstermiş, Afganistan ve Irak'ı işgal ederek GOKAP'ı fiilen uygulamaya koymuştur (Peköz, 2007, s. 51). ABD savunmadan saldırı pozisyonuna geçmiş ve Ortadoğu'ya yönelik ilk saldırılarını ise meşrulaştırmıştır. Buna göre, GOKAP'ın ana düşüncesi Ortadoğu'nun küresel terörün ve istikrarsızlığın ana kaynaklarından biri olduğudur. ABD'de George W. Bush'un ikinci defa başkan olarak seçilmesinin ardından yaptığı konuşmada Ortadoğu'ya ilişkin yeniden düzenleme amaçlarının dile getirilmesi, tam adı Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesi ile Müşterek Bir Gelecek ve İlerleme için Ortaklık (Partnership for Progress and a Common Future with the Region of the Broader Middle East and North Africa) olan, kamuoyunda Büyük Ortadoğu Projesi olarak bilinen projenin önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır (Deniz, 2012, s. 177). Bunların sonucunda 11 Eylül Komisyonu Raporu hazırlanmıştır. 10 ülkeden binin üzerinde kişiyle hazırlanan raporun bir bölümü ise “Sürekli Büyüyen İslamcı Terörün Önlenmesi” adını taşımaktadır. Komisyon bu bölümde dokuz öneri sunmuştur. Bunlar:

*“1) Amerika dünyanın ahlaki liderliği konusunda iyi bir örnek oluşturduğu, halka insanca muamele edilmesine, hukukun üstünlüğüne inandığı ve komşularına açık elli ve koruyucu olarak davrandığı konusunda açık bir mesaj vermelidir. 2) Dost bile olsalar, Müslüman hükümetler bu ilkelere saygı göstermedikleri zaman Amerika daha iyi bir gelecek için buna karşı çıkmalıdır. 3) Amerika, ilkelerini ve değerlerini yurtdışında ısrarla*

savunmalı, Somali, Bosna, Kosova, Afganistan ve Irak'taki Müslümanları diktatörlere ve suçlulara karşı korumalıdır. Televizyon ve radyo yayınları bu alana yönelik kullanılmalı ve bu alana daha büyük fonlar ayrılmalıdır. Amerika burslar, değişim programları ve kütüphaneler konusunda gençlere yeni programlar oluşturmali, onlara bilgi ve umut aşılamalıdır. Bu programların Amerikan vatandaşlarından gelen yardımlar olduğu anlatılmalıdır. 4) Amerika hükümeti diğer ülkeleri de, kurulacak olan yeni bir Uluslar arası Gençlik Olanakları Fonu'na katkıda bulunmaya çağırmalı, fonlar kendi ilk ve ortaöğretim eğitimlerine yatırım yapan Müslüman ülkelerde dorudan kullanılmalıdır. 5) Terörizmle savaş için oluşturulacak kapsamlı bir Amerikan stratejisi ekonomik kalkınmayı ve ekonomik politikaları içermelidir. 6) Amerika, İslamcı teröre karşı öteki ülkeleri de içine alacak kapsamlı bir koalisyon stratejisi oluşturmalıdır. 7) Amerika, dostlarını da yakalanan teröristlerin gözaltında tutulması ve bunlara insanca muamele yapılması konusunda ortak bir stratejide birleştirmelidir. 8) Raporumuz en az on yıldan beri El Kaide'nin kitle imha silahları üretmeye veya elde etmeye çalıştığını göstermektedir. Kitle imha silahlarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması uluslararası örgütlenmeler aracılığıyla da engellenmelidir. 9) Teröristlerin finansman kaynaklarının izlenmesi ve saptanması terörizme karşı olan mücadelenin en temel ögesidir” (Kongar, 2006, s. 103).

Bu raporda görüldüğü üzere, ABD bu proje ile yalnızca bölge enerji rezervlerine hakim olmak için değil, Amerikan tarzı Batı düşüncesini yaymak ve bölgenin siyasal, kültürel, ekonomik ve ideolojik yapısını değiştirmek için de hamle yapmaktadır. Özellikle kitle iletişimi ve eğitime dair olan açıklamalar yeni toplumsal yapılanmanın nerede ve nasıl gerçekleştirileceğine dair ipuçları vermektedir. ABD fiili müdahale yerine daha çok fikir düzeyinde algı yönetimine ağırlık vererek Ortadoğu politikalarını bölgesel, ulusal ve uluslararası kamuoyunda meşrulaştırmayı amaçlamaktadır. Bu proje ABD'nin 11 Eylül Saldırıları sonrasında Ortadoğu

üzerindeki ana dış politikası olarak benimsenmiştir. ABD dört platformda projeyi uygulamaya başlamıştır:

*“Birinci platformda batılı değerlerin yerleşmediği, despotik ve terör destekçisi ülkeler yer almaktadır. Afganistan ve Irak savaşları bu açıdan değerlendirilmelidir. İkinci platformda ise, yine otoriter ve batılı değerlere karşı çıkan rejimler vardır. Bunlar İran, Suriye ve Libya’dır. ABD, bu ülkelere karşı da kuvvet kullanma tehdidinde bulunmakta ve bu ülkeleri proje doğrultusunda değişime zorlamaktadır. Üçüncü platformda ise, yine otoriter ama tehdit unsuru düşük olan ülkelerdir. Bunlar Orta Asya ve Kafkasya ülkeleridir. Dördüncü platform Türkiye’dir. Hem yeni dünya düzeninin hem de BOP ’un model ülkesidir. Türkiye özgürlük, demokrasi, insan hakları, hukukun üstünlüğü ve serbest piyasa ekonomisi kavramlarının yerleştirilmeye çalışıldığı bir ülkedir” (Sandıklı, 2006, s. 26-27).*

ABD ve Avrupa’ya göre Proje, Ortadoğu’nun demokratikleşmesinin önemli bir aracı olacak ve insan hakları, demokrasi, özgürlük, kadın hakları, hukuk-adalet, eğitim, dini reformlarla birlikte Batılı bir modernleşme sürecini başlatacaktır. Ancak bu olumlu ve daha çok Batı odaklı fikirlerin karısında bu Proje’ye ve uygulamalara yönelik karşıt görüşler de mevcuttur. Proje’nin yeni bir emperyalist akımın bir parçası olduğu ve ABD hegemonyasının güçlendirildiği bir işgal politikası olarak gören düşünceler de mevcuttur. ABD’nin, dünyaya 25-30 yıl sürecek insani bir proje olarak sunduğu BOP ile küreselleşen dünyanın, siyasi, ekonomik ve kültürel değerlerinin bu bölgede yaygınlaşmasıyla Ortadoğu’nun dünyayla entegrasyonu, bölge halklarının huzur ve refaha kavuşması ve petrol kaynaklarının güvenli bir biçimde dünya pazarlarına açılması planlanmaktadır (Serdaroğlu, 2004, s. 225).

Serdaroğlu, ABD’nin bu proje kapsamında bölgeye yönelik politikaları şu şekilde sıralamaktadır (2004, s. 225-226):

- Bölgenin serbest piyasa ekonomisine uyarlı hale getirilmesi ve uluslararası sermayeyi denetleyen merkez ülkelerinin hakimiyetini yansıtan “küreselleşme” politikalarına, Orta Doğu ülkelerinin ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan entegrasyonunun sağlanması,
- Bölgedeki petrol üretiminin, satışının ve naklinin denetimi ve Basra Körfezi’nden petrol akışı üzerindeki kontrolün kalıcı şekilde sürdürülmesi,
- Hazar petrolünün Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattıyla naklinin gerçekleştirilerek, Kafkasya ve Orta Asya ülkeleri üzerinde Rusya etkisinin kırılması, ayrıca enerji havzalarının askeri ve ekonomik kontrolü ile AB, Japonya, Çin gibi büyük ekonomilerin kontrol edilmesi,
- İsrail’in bölge devleti haline getirilmesi için bu ülkenin Arap ülkeleri ile ikili ilişkilerini geliştirebilecek altyapının sağlanması,
- Siyasal İslam temelinde gelişen aşırı dinci akımların ve örgütlerin kontrol edilmesi, bunlara destek veren rejimlere son verilerek ulusal değil, ılımlı dinsel söyleme dayalı bir siyasal kimliğin oluşmasının teşvik edilmesi,
- Küreselleşme düzenine uymayan ve ABD açısından işlevini yitirmiş rejimlere son verilmesi, ABD önderliğindeki güçlerin “küresel demokratikleştirme” politikalarıyla çelişki arz eden Suudi Arabistan gibi rejimlerin bu gelişmeye uyarlı olacak şekilde yeniden yapılandırılması,
- İran’ın kitlesel imha silahlarının, özellikle nükleer silah geliştirme politikasının dünya kamuoyuna taşınması ve bu ülkenin, Basra Körfezi ve Arap-İslam ülkeleri, Kafkasya, Orta ve Güney Asya ülkelerindeki aşırı dinciliği destekleyen faaliyetlerinin kontrol altına alınması için bölgesel ve bölge-aşırı etkisinin kırılması,
- İsrail hariç, bölge ülkelerinin kitlesel imha (biyolojik, kimyasal ve nükleer) silahlarını geliştirmeye yönelik girişimlerinin durdurulması.

Bu uygulamaların sebebi enerji rezervleri ve bölgenin diğer kaynakları üzerinde egemen güç olmak istenmesinin yanı sıra, ABD'ye karşı yeni yükselen güçlerin önünü kesmektir. Kendi enerji kaynaklarına sahip olan Rusya'nın Ortadoğu üzerinde hakimiyet kurması engellenerek, ABD kendi eksikliklerini tamamlayarak Rusya'ya karşı avantajlı duruma gelecektir. Çin ve AB ise diğer önemli güçler olmasına rağmen enerji kaynakları açısından dışarıya bağlıdır. Özellikle Ortadoğu'dan gelen enerjiye bağımlı olan bu ülkeler, Ortadoğu'da hakimiyet kurularak kontrol altına alınacaktır. Tüm bu sebeplerden ötürü Ortadoğu'nun siyasal, ekonomik, ideolojik ve kültürel açıdan ABD sistemine entegre edilebilmesi oldukça büyük önem arz etmektedir.

### **2.5. 11 Eylül Sonrası ABD Medyasının Genel Görünümü**

Ortadoğu'da üstün olma durumu bir zamana kadar sadece asker ve silah gücüne bağlıydı. Ancak dünyada yaşanan küreselleşme, teknolojik gelişmeler, uluslararası normlar, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla hegemonya da şekil değiştirmiştir. Aktörler sert güç yerine hem daha etkili hem de daha az maliyetli yumuşak güce geçiş yapmış, ikna ve algı yönetimi stratejileriyle rıza üreten mekanizmalara başvurmaya başlamıştır. Bölgenin Batı eksenli tanımı, Batı medeniyetinin üstünlüğü ve Batı'dan farklılıklara olumsuz vurgu yapan oryantalist söylem, kültürel/ideolojik araçlar yoluyla sürdürülmekte; medya, siyasi liderlerin ve ideologların söylemleri, edebiyat, sinema gibi kültürel araçlarla Batı siyasetinin ve yaşam tarzının üstünlüğünü Ortadoğu halklarına ve tüm dünyaya dayatmaktadır (Deniz, 2012, s. 170). Küresel iletişim Batı'nın iktidarının en önemli çağdaş görüntülerinden birini oluşturmakta; bununla beraber Batı'nın bu hegemonyası Batılı olmayan toplumlarda popülist politikacıların Batı'nın kültürel emperyalizmini suçlamalarına, kendi yerli kültürlerinin bütünlüğünü ve varlığını korumaları

için halkı seferber etmelerine neden olabilmektedir (Huntington, 2019, s. 75).

ABD, dünya petrol havzalarında kontrolü ele geçirerek süper güç konumunu korumayı hedeflemekte; ancak Büyük Ortadoğu Projesi'nin gerçekleşebilmesi için bu geniş bölgedeki kültürel yapının da değişmesi gerekmektedir (Serdaroğlu, 2004, s. 226). Bu kültürel, ideolojik ve siyasal değişimin rızaya dayalı şekilde yapılması gerekmektedir. Etkili ve kalıcı olabilmesi adına ulusal ama en önemlisi uluslararası kamuoyunun desteğini alarak küresel bir desteğe ve meşrulaştırmaya ihtiyacı vardır. Buna göre ABD, küresel rıza için uluslararası algı yönetimi mekanizmaları üretmiş, kitle iletişim araçlarını buna entegre ederek manipülasyon teknikleri geliştirmiştir.

ABD medyası, dünya genelinde uluslararası ilişkilerin ve kamuoyunun şekillenmesinde önemli rol oynayan bir güçtür. Özellikle Ortadoğu söz konusu olduğunda, medya, bölgeye dair çeşitli siyasi, kültürel ve ekonomik meseleleri ele alarak Amerikan kamuoyunun ve uluslararası toplumun bu bölgeyi algılamasını da şekillendirmiştir. Soğuk Savaş süresince ABD tarafından sistematik ve planlı şekilde kullanılan antikomünist propaganda çalışmaları; önce Amerikan toplumunu, daha sonra Avrupa ülkelerini ve akabinde “Çevreleme” ve “Yeşil Kusak Projeleri”yle Ortadoğu ve Avrasya ülkelerini, Sovyetlere ve komünizme karşı örgütlemek, yanı sıra da jeopolitik amaçlar için uygulanmıştır (Özçağlayan & Apak, 2017, s. 125). Bu amaçların gerçekleştirilmesi amacıyla ABD, küresel çapta çeşitli alanlarda etkili olan medya organlarını belirli algı yönetimi teknikleriyle kullanmaktadır. Hollywood sineması, Netflix, Disney gibi dizi platformları, sosyal medya platformları, haberleşme uygulamaları, haber ajansları ve uluslararası yayın yapan televizyon kanalları ve gazeteleri en etkili kitle iletişim araçlarındandır. ABD haber medyası neredeyse tüm ülkelere ulaşmakta ve hem ulusal hem de uluslararası haber ağıyla dünyayı sarmaktadır. AP, Fox

News, The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post, LA Times, USA Today gibi haber araçları uluslararası yayın yapan ve markalaşmış haber medyasına sadece birkaç örnektir. Bu gazeteler ve kanallardan birçoğu yerel yayınlarla başlamış, ancak zamanla uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Bu kadar güçlü ve önemli yayın organlarına sahip olan ABD, için algı yönetimi çalışmalarını etkili ama daha az maliyeti olan bu araçlarla yürütmektedir.

GOKAP'ın sunumunda, ABD'nin Ortadoğu'daki hegemonyasını güçlendirme çabalarında algı yönetiminin en önemli parçası olan medya; Proje'nin ideolojik altyapısını oluştururken, kitlelerin algılarını yönetmek ve yönlendirmek için çok katmanlı bir stratejiyle kullanılmıştır. Sinemadan haber medyasına, dijital platformlardan kamu diplomasisine kadar tüm kitle iletişim araçları, projenin hedeflerini destekleyecek içerikler üretmiş ve bölgeyi sürekli bir kriz ve müdahale alanı olarak resmetmiştir. Ancak bu süreç, tek taraflı bir gerçeklik sunma tehlikesi taşımakta ve bölgedeki toplumsal dinamiklerin karmaşıklığını göz ardı etmektedir. ABD, haber medyası aracılığıyla kendi hedefleri doğrultusunda dünyayı manipüle etmek ve egemenlik kurmak, yönetmek amaçlarına yönelik özellikle kitle iletişim araçları üzerinden seçilen bilgilerin akışını kontrollü olarak yönetmektedir (Kılıçaslan, 2020, s. 2001). ABD, medyasının küresel önemine örnek verilecek olursa; Körfez Savaşı sırasında da medya oldukça etkili rol oynamıştır. Tarihte ilk kez medya kuruluşları canlı yayınlı bir savaşı yayınlamıştır. CNN, Bağdat ve Washington arasında Körfez Krizi'nde arabuluculuk rolüne bürünmüştür. Bundan önce siyasi aktörler arasında gizli bir şekilde yürütülen politik pazarlıklar, konuşmalar haberler aracılığıyla kamuoyuna iletilmiştir. Bu dönemde ABD Başkanı George Bush ve komutanlarının bile son çatışmalar hakkındaki bilgileri medyaya, özellikle de CNN'e dayanarak verdikleri gözlenmiş, Irak lideri Saddam'ın da savaşı CNN'den izlediği söylenmiştir (Atabek, 1995, s. 194).

GOKAP, ABD'nin Ortadoğu ve Kuzey Afrika'daki otoriter rejimleri dönüştürerek bölgeyi daha demokratik, liberal ve küresel sisteme entegre bir hale getirme iddiasıyla ortaya koyduğu bir girişimdir. Ancak, ABD'nin bu amaçlar haricinde bölge üzerinde çıkarları olması sebebiyle uluslararası algı yönetimine ihtiyacı vardır. Bölgedeki enerji kaynaklarının kontrolü, İsrail'in güvenliğinin sağlanması, İran, Rusya ve Çin gibi güçlere karşı denge oluşturulması gibi hedefler, kitle iletişim araçları aracılığıyla “özgürlük” ve “insan hakları” gibi evrensel değerlerle çerçevelenerek sunulmaktadır. Bu noktada medya, bu hedeflerin meşruiyetini sağlama ve bölgesel değişimi yönlendirme konusunda merkezi bir rol oynamaktadır.

Haber medyası, GOKAP'ın hedeflerini desteklemek ve kamuoyu oluşturmak açısından bir diğer kritik kitle iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. CNN, The Wall Street Journal, USA Today ve The Los Angeles Times, The New York Times ve The Washington Post gibi küresel medya devleri, bölgedeki gelişmeleri ABD'nin çıkarları doğrultusunda alıcıya iletmektedir. Örneğin, GOKAP'ın kapsamındaki demokrasi iddiası bölgedeki bazı ülkelerin rejim değişikliklerine yönelik medya kampanyalarında sıkça görülmektedir. Irak'ın işgali sırasında Saddam Hüseyin rejiminin kitle imha silahlarına sahip olduğu iddiası, medya aracılığıyla geniş kitlelere yayılarak uluslararası kamuoyunda işgale yönelik bir meşruiyet zemini oluşturulmuştur. Daha sonra bu iddialar doğrulanmamış olsa da medya, ABD'nin politikalarını şekillendirme ve destekleme işlevini yerine getirerek algı yönetiminin bir parçası olmuştur. GOKAP'ın bir parçası olarak öne çıkan bu tür medya içerikleri, kitlelere ABD'nin Ortadoğu'daki varlığını bir güvenlik ve özgürlük gerekliliği olarak sunmaktadır. Uluslararası gazeteler ABD'nin bölgedeki varlığını “terörle mücadele” söylemi üzerinden kurgularken, Ortadoğu'yu sürekli bir tehdit kaynağı olarak resmetmekte; ABD'nin bölgedeki varlığını ise GOKAP'ın “daha güvenli bir dünya” vizyonunu destekleyecek



şekilde, bölgedeki değişimi kaçınılmaz ve gerekli bir süreç olarak göstermektedir. ABD'nin Ortadoğu'daki terörle mücadele operasyonları haberlerde sıkça işlenmektedir. Örneğin, International Herald Tribune gazetesinin 13 Eylül 2001 tarihli baskısına genel olarak bakıldığında, ABD'nin “özgür bir toplum, özgürlük, güçlülük, tolerans, bağımsızlık ve barışa adanmış demokrasi ülkesi”, düşman yani Taliban'ın ise “kapalı bir toplum, zorbalar, despotlar, kökten dinciler” kelimeleriyle nitelendirildiği tespit edilmiş; benzeri yayınlarda da İslam ve terörizm kelimeleri birbirini karşılar hale gelmiş, Taliban, Usama bin Ladin ve İslam birlikte anılmıştır (Akıner, 2014, s. 196).

11 Eylül 2001 saldırılarından sonra, Ortadoğu'nun ABD medyasındaki temsili büyük ölçüde güvenlik tehditleri, radikal gruplar ve terörizmle ilişkilendirilmiş, bölge, “tehdit” unsuru olarak gösterilmiştir. Haber medyasının izlediği bu yol, ABD'nin askeri müdahalelerini meşrulaştırıcı bir rol üstlenmiştir. 11 Eylül sonrası ortaya çıkan algı yönetimi çerçevesinde düşman üretilmiş, Usame Bin Ladin ve onunla bağlantılı gösterilenler “şer eksen” veya “terörist” olarak anaakım medyada etiketlenmişlerdir. Saldırıları sonrasında ABD medyasındaki Ortadoğu temsilleri, genellikle İslam'ı radikalleştiren ve bölgedeki dini çatışmaları ön plana çıkaran bir söyleme sahiptir. “Terörist” ya da “İslamcı köktenciler” bir tür stereotip oluşturma çabasının ürünüdür (Akıner, 2014, s. 194). Bu tür bir anlatı, kamuoyunun bölgeyi sürekli bir kriz kaynağı olarak görmesine neden olurken; ABD'nin müdahalelerini ise “istikrar sağlama” ya da “terörle mücadele” gerekçeleriyle meşrulaştırmaktadır. Örneğin, Suriye iç savaşına ilişkin haberlerde Esad rejiminin baskıcı politikaları sık sık gündeme getirilirken, ABD'nin askeri müdahaleleri veya desteklediği grupların yarattığı sonuçlar genellikle daha az görünür şekilde verilmektedir. Bu, olayların tek taraflı bir şekilde sunulması algı yönetiminin bir tekniğidir. ABD'nin demokratik siyasi sistemi, özgür yaşam tarzı, kitle

kültürü, rekabete dayanan serbest ticaret anlayışı ve insan hakları konusundaki ilerici tutumu, teknoloji ve kitle iletişim araçlarındaki yenilikçi yapısı dünyayı kuşatmıştır (Pınar, 2017, s. 260).

GOKAP'ın ideolojik altyapısını güçlendiren bir diğer haber stratejisi, belirli aktörlerin "iyi" ya da "kötü" imajının yaratılmasıdır. Uluslararası haber medyası, ABD'nin müttefiklerini genellikle modernleşmeyi savunan ve Batı değerlerine yakın duran aktörler olarak resmederken, karşıtlarını otoriter, radikal ya da tehditkar olarak sunmaktadır. Örneğin, İsrail gibi bölgedeki müttefiklerinin insan hakları ihlalleri, enerji politikaları ve bölgedeki çatışma odaklı faaliyetleri ABD tarafından kurulan ilişkiler sebebiyle göz ardı edilmekte; aksine bölgede mağdur devlet konumuna getirilerek göreceli bir mağduriyet durumu yaratılmaktadır. "Sonuçta 'bizim' dünyamız İsrail ve Batı dünyası, onlarınki ise İslam ve geri kalanların dünyasıdır" (Said, 2017, s. 35). Buna karşın, İran ya da Suriye gibi ABD'nin çıkarlarına ters düşen ülkeler, sürekli olarak olumsuz bir söylemle haberleştirilmektedir. Bu, bölgeye dair uluslararası kamuoyunda kutuplaşmış bir algı yaratmakta ve GOKAP'ın hedeflerini desteklemektedir. Yayınlanan haberler ve yorumlar belirli filtrelerle şekillendirilerek iletilmek istenen mesajlar bireylerin zihnine gazetenin amaç ve beklentileri doğrultusunda yerleştirilmek istenmektedir. Bu mesajların kamuoyunda kabul edilebilir hale getirilebilmesi için de üretim sürecinde meşrulaştırma ve parçalara ayırma gibi ideoloji inşa stratejilerine başvurulmuş, haberlerin çerçevelenmesiyle söylemler meşrulaştırılmış, karşıt olanlar ise farklılaştırılmıştır (Korkmaz, 2016, s. 40).

Haber medyasının kullandığı dil de bu algı yönetiminin bir parçasıdır. Bölgeye dair haberlerde kullanılan dil, genellikle dramatik ve duygusal bir etki yaratacak şekilde seçilmektedir. "Tehdit", "radikalizm", "çatışma" ve "şiddet" gibi kelimeler sıkça tekrar edilmekte, Ortadoğu'daki olaylar güvenlik temelli bir anlatıyla sunulmaktadır. Ortadoğu'ya dair haberlerde

kullanılan dil, bölgeyi genellikle tehlikeli ve kaotik bir yer olarak sunmaktadır. Bu durum, ABD'nin askeri ve diplomatik müdahalelerinin zorunlu olduğu algısını pekiştirmektedir.

Uluslararası haber medyası, ayrıca gündem belirleme gücü aracılığıyla bölgeye dair hangi olayların görünür, hangilerinin görünmez kılınacağını da kontrol etmektedir. Bu strateji, GOKAP'ın hedeflerine uygun bir biçimde, belirli konulara dikkat çekerken diğerlerini arka planda bırakmaktadır. Örneğin, İsrail-Filistin meselesinde İsrail'in güvenlik kaygıları sürekli ön plana çıkarılırken, Filistinlilerin yaşam koşulları ya da İsrail'in işgal politikaları genellikle ikinci planda ele alınmaktadır. Bunun, GOKAP'ın İsrail'i destekleme ve bölgedeki diğer aktörleri marjinalize etme stratejileriyle uyumlu olduğu söylenebilir. Haber akışı sırasında anaakım ve şirketleşmiş medya, Irak'ın kitle imha silahlarına haberlerinde değinmekten çekinmezken, FAIR araştırmacılarının, kapsamlı Nexis medya veri tabanında 5 Mayıs 2003 tarihinde yaptıkları araştırmada, ABC, CBS ya da NBC'nin akşam haber programlarında savaşın başlamasından itibaren, ABD'nin ve İngiltere'nin bölgede kullandıkları kitle imha silahları kapsamına giren seyreltilmiş uranyum içeren küme bombalarıyla ilgili hiçbir rapora veya habere yer verilmediği saptanmıştır (Akıner, 2014, s. 378).

Uluslararası haber medyasının GOKAP bağlamında oynadığı rol, yalnızca ABD'nin değil, diğer Batılı ülkelerin de politikalarını desteklemeye yönelik bir iş birliğini içermektedir. Bu iş birliği, medya sahipliği yapılarından gazetecilerin profesyonel normlarına kadar birçok düzeyde kendini göstermektedir. Haberlerin kaynağı sıklıkla Batılı ajanslar ve düşünce kuruluşları olduğundan, bölgedeki yerel aktörlerin ve halkların sesi medyada genellikle yer bulamazken, bölgeye dair homojen ve Batı merkezli bir anlatı yaratılmaktadır. (Said, 2017, s. 129), bunu şu şekilde açıklamıştır:

*“Haberleri en geniş kitlelere yayan ve dolayısıyla en çok etkide bulunan bir avuç kurum vardır: CBS, Time,*

*New York Times, AP. Bu dördü, küçük ve bu kadar varlıklı olmayan diğer haber dağıtım ajanslarından daha çok sayıda insana ulaşan, daha ciddi etkilerde bulunan, belli türde haberleri dünyanın her tarafından daha fazla toplayabilen ajanslardır. Yabancı ülkelerle ilgili haberler söz konusu olduğunda bunun anlamı çok açıktır. Bu şirketlerin olay yerinde bulunan muhabir sayısı diğerlerinden fazladır; dolayısıyla kendilerine bağlı gazetelerin, yerel tv istasyonlarının ve radyo istasyonlarının doğrudan doğruya müşterilerine aktardığı haberlerin temelini bu muhabirler kurar. Dış ülkelerle ilgili bu yoğun ve son derece geniş bir ağa yayılan habercilik, genellikle daha büyük otorite ve o haberleri kullanan insanların daha fazla alıntı yapması demektir ki bu da New York Times veya CBS haberlerine, kaynağı, kurumsal saygınlığı, sıklığı (her gün, saat başı vs.) uzmanlığı ve deneyimleri itibarıyla inanılabilirlik kazandırır. Belli başlı haber tedarikçilerinden oluşan küçük bir grup ve bu devletlerden bağımsız görünen ama pek çok açıdan aslında onlara bağımlı çok çeşitli küçük haber tedarikçileri her beraber, gözle görülür bir bütünlük oluşturacak şekilde, gerçekliğe dair bir Amerikan imgesi biçimlendirir”.*

ABD’nin en çok dikkat çeken operasyonlarından 11 Eylül öncesinden, Vietnam örnek gösterilecek olursa, yaşanan gerçeklerle ABD gazeteleri ve televizyonlarda kamuoyuna iletilenler arasında önemli farklılıklar mevcuttur. Haberlerde yer alan resmi taraflı açıklamalar, haberlerin seçilmesindeki kriterleri tecrübesiz gazetecilerin yapmış olduğu bilinçsiz analizler ve haberleri daha dikkat çekici kılmak amacıyla yapılan çarpıtmalarla medya sansasyonel bir hal alarak hem ABD halkının hem de uluslararası kamuoyunun içinde bulunulan durumu algılayış şekli üzerinde etkiler yapmıştır. Vietnam’daki savaş sırasında yaşananlar ve genel olarak savaşın ne olduğuna dair algılama biçimleri haberler aracılığıyla manipüle edilmiştir. ABD medyasında savaş hakkında yer alan programların çoğu, karşıt görüşlerin yeterince temsil edilmeyişi, farklı görüşlere zaman bakımından eşit yer verilmeyişi, gündemin egemen ideoloji etrafına oluşturulmaya

çalışılması gibi yöntemlerle resmi bakış açısından sunulmuştur (Atabek, 1995, s. 187-188). Geçmişte yaşanan bu durum günümüz haberlerinin birçoğu için de geçerlidir. ABD medyasında hem ulusal hem de uluslararası haber akışı sürecinde bu sorunlar devam etmektedir. ABD uluslararası kamuoyunu oluşturmak amacıyla özellikle kriz dönemlerinde belirli politikalarına uygun olarak haberleri hedef kitleye ulaşmak için kullanılmaktadır. ABD medya üzerinden imajların yaratılmasında ve hedef kitleye ulaştırılmasında, sosyal gerçekle örtüşmeyen mesajlar üretebilmekte, kasıtlı olarak yaratılan manipülasyon amaçlı mesajlar ile gerçekliğin farklı algılanmasına yol açabilmektedirler (Utma, 2018, s. 2906).

11 Eylül'e kadar bağımsızlığını savunan bir milli politika izleyen ABD, bu tarihten sonra daha saldırgan ve yarı emperyalist politikalar izlemeye başlamış olup, önleyici ve engelleyici vuruş denilen askeri hareketler ve kitle imha silahlarının araştırılması ABD'nin küresel stratejisinin anahtar parçası haline gelmiştir (Dağcı & Zorba, 2016, s. 55). Bu değişim ve politikaların ilk yansıması ulusal/uluslararası kamuoyuna haberler aracılığıyla olmuştur. 11 Eylül sonrası ABD'nin dış politikası, terörle savaş ve önleyici saldırılar üzerinden şekillenmiş ve bu durum haberlere güvenlik odaklı bir söylemle yansımıştır. ABD medyada algı yönetimiyle destekleyerek güvenlik tehditlerini ön plana çıkarmış ve askeri müdahaleleri meşrulaştırmıştır. "Terörle savaş" ve "ulusal güvenlik" söylemleriyle kamuoyu yönlendirilmiştir. ABD haberler aracılığıyla Afganistan ve Irak müdahalelerini genellikle ulusal çıkar ve güvenlik gerekçelerini kamuoyuyla paylaşmıştır. 11 Eylül Saldırıları ve bunu izleyen süreçte gerçekleşen askeri müdahaleleri medyanın aktarışı sırasında haber metinlerinin ağırlıklı olarak yorum ve değerlendirmelerden oluştuğu gözlemlenmiştir (Akıner, 2014, s. 194-195).

Haçlı seferlerinden 11 Eylül olayına kadar Doğu "egzotik/otantik" bir coğrafya olarak metinlerde ve sanatsal

çalışmalarda yer bulmuş; ancak 11 Eylül sonrası değişen konjonktürde ise Doğu “kaotik” ve tekinsiz bir coğrafyayı temsil etmiştir (Ateş, 2023, s. 55). ABD basınında da tıpkı diğer kitle iletişim araçlarının ürünlerinde olduğu gibi bu çeşit oryantalist ögelere rastlamak mümkündür. Haberlerde seçilen fotoğraflar, haberin kurgulanması gibi süreçlerde eşik bekçilerinin rolü oldukça büyüktür. Ancak eşik bekçileri de oryantalist kodlamalarla hareket etmekte ve alıcıların da bu kodlamalarla algısını pekiştirmektedir. Birçok medya üzerinden almış olduğu bu oryantalist kodlamalar, haber söylemleri ve kurgulanmasıyla görsellerdeki şiddet sahneleri, vahşetin Doğu toplumlarına özgü bir olgu olarak zihinlerde bu olguyu yeniden üretmektedir (Akner, 2014, s. 199).

ABD medyası Ortadoğu’daki çatışmaları, genellikle karmaşık sorunları basitleştirerek iyiye karşı kötünün mücadelesine indirgemektedir. Örneğin, Suriye iç savaşında daha çok Esad rejimiyle çeşitli isyancı gruplar arasındaki ikiliğe odaklanılmış ve çatışmaya katkıda bulunan ince ayrıntılara sahip politik, sosyal ve tarihsel bağlamları görmezden gelmiştir. Bir başka örnek ise; mezhepsel gerginliklerin tasviri, altta yatan politik ve sosyal karmaşıklıkları ele almak yerine sıklıkla bir terörizm bağlamında kurgulanarak haberlerde kamuoyunu yansıtılmaktadır. Bu çerçevede yapılan haberler kamu algısını etkileyerek ABD dış politikası çıkarlarıyla uyumlu bir algı yaratabilecektir. Böyle bir algı yaratılması sonucunda askeri müdahaleler veya insani yardım girişimlerine yönelik kamu desteği de etkilenecektir.

ABD, uluslararası gazeteler aracılığıyla küresel kamuoyunu şekillendirme ve kendi politikalarını meşrulaştırma konusunda önemli bir yetkinliğe sahiptir. Bu süreç, ABD’nin sahip olduğu medya gücü, Batı merkezli haber ajanslarıyla olan yakın ilişkileri ve küresel gazetecilik ağları üzerindeki dolaylı etkisiyle mümkün hale gelmektedir. The New York Times, The Washington Post ve The Wall Street Journal gibi gazeteler, ABD’nin dış politika çıkarlarını yansıtan anlatılar sunarak,

bölgesel ve küresel olayları Amerikan perspektifi üzerinden yeniden yorumlamaktadır.

ABD'nin medya gücü, yalnızca olayların çerçevelenmesiyle sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda, uluslararası gazeteler aracılığıyla belirli bir etik ve ahlaki zemine dayanan bir söylem üretimi gerçekleştirilmektedir. Demokrasi, insan hakları ve özgürlük gibi evrensel değerlere atıf yapılarak, ABD'nin bölgedeki müdahaleleri insani bir sorumluluk olarak sunulmaktadır. Örneğin, The New York Times gibi gazetelerde yer alan Suriye iç savaşına dair haberlerde, rejim karşıtı grupların özgürlük mücadelesi verdiği vurgulanırken, Batılı ülkelerin müdahalesi ise kaçınılmaz ve gerekli bir görev olarak betimlenmiştir.

Bush yönetimi, 11 Eylül saldırılarının sonrasında sivil hakların birçoğunu “terörle mücadele” kapsamında kısıtlamıştır. Bu süreçte Washington ve anaakım haber medyası ortak bir dil kullanarak ifade özgürlüğü de dahil olmak üzere hakların kısıtlanması ve güvenlik önlemlerinin artırılması konusunda kamuoyu oluşturmuşlardır. Politik amaçlar doğrultusunda görünmeyen bir propaganda dönemi başlamış, dezenformasyon Fox News, CNN, MSNC gibi televizyon kanalları, radyo kanalları, The Washington Post ve The Wall Street Journal gibi gazeteler aracılığıyla yayılmıştır. 11 Eylül sonrası haber medyası görüş ayrılıklarını bir kenara bırakarak haber akışını daha çok devlet yetkililerinden almış oldukları bilgilere dayandırarak yayın yapmışlardır. Bu durum hem ABD birlik mesajını içerirken hem de haber medyasının gerektiğinde devlet politikalarıyla uyumlu olarak yayın yaptıklarını göstermiştir. Haber medyası oldukça sınırlı sayıdaki aykırı ses haricinde, ABD'nin “bizpartizan” dış politikalarına uygun olarak, hükümet yetkililerinin ifadelerine benzer milliyetçi söylemleri içeriklerine taşımışlardır (Korkmaz, 2016, s. 32). Bahsi geçen bu duruma yönelik iddialarla ilgili bir araştırma yapılmış; araştırmaya göre 6 aylık bir dönemde NBC, ABC ve CBS haber kanallarında

Irak'le ilgili yapılmış yayınların %92'lik bölümünün Beyaz Saray, Pentagon ve Amerikan Dışişleri Bakanlığı kaynaklı olduğu gözlemlenmiştir (Robinson, 2014, s. 30). Irak Savaşı öncesinde uluslararası basın organlarında kitle imha silahlarına dair sahte istihbarat raporlarının geniş bir yer bulması, ABD'nin medya üzerindeki etkisinin boyutlarını göstermektedir. Bu haberler, yalnızca Amerikan kamuoyunu değil, aynı zamanda Avrupa ve diğer bölgelerdeki müttefik ülkelerin kamuoylarını da yönlendirerek savaşın gerekliliğine dair bir konsensüs oluşturmuştur.

ABD'de anaakım medyada milliyetçilik, güvenlik ve teröre yapılan vurgulamalar sebebiyle, ulusal ve uluslararası etkilere yol açarak, toplumsal yaşamda günümüzde de karşılaşılan sorunlar ortaya çıkarmıştır. 11 Eylül Saldırılarından sonra Müslüman, Arap, Sih ya da Güney Asyalılara ya da onlar gibi görünenlere karşı işlenen nefret suçlarında büyük bir artış olmuş; FBI'ın yaptığı araştırma sonucu 2000 yılı boyunca sadece 28 olan nefret suçlarının sayısı, 11 Eylül Saldırılarından hemen ardından kaydedilen suçlarla da 2001 yılında 481'e yükseldiği bildirilmiştir. (Akıner, 2012, s. 139). Sonuç olarak, ABD kitle iletişim araçlarını çok boyutlu bir stratejiyle kullanarak Ortadoğu'yu genellikle tehlikeli, sorunlu ve ABD müdahalelerine ihtiyaç duyan bir bölge olarak yansıtmaktadır. Bu süreç, sadece ABD kamuoyunu değil, küresel kamuoyunu da etkileyerek, ABD'nin dış politikalarının meşrulaştırılmasında etkili olmaktadır. Medyanın bu şekilde kullanımı hem bölgeye dair önyargıların oluşmasına hem de daha geniş çapta tek taraflı bir algının yerleşmesine yol açmaktadır. Daha dengeli ve çok sesli bir medya yaklaşımı, bu tür çarpıtmaların önüne geçmek için kritik bir öneme sahiptir.

ABD sahip olduğu bu medya gücüyle kendisini olumlu ve kahramanlaştırıcı ama mağdur bir kimlikle sunarken, düşmanı olarak ilan ettiği karşı grubu ise birçok olumsuz imajla yansıtmaları, bölgenin karmaşık dini ve kültürel dokusunun basitleştirilmesine neden olmaktadır. Medya, ABD'nin



Ortadoğu'daki demokratikleşme ve insan hakları odaklı müdahalelerini olumlu bir çerçevede sunma eğilimindedir. Ortadoğu'nun doğal kaynakları, özellikle petrol ve doğalgaz, ABD medyasında sıkça ele alınan konulardır. Haberlerde, bölgenin enerji kaynaklarının ABD ve dünya ekonomisi için stratejik önemi vurgulanmaktadır. GOKAP; ABD'nin bölgeye yönelik politikalarını demokrasi, özgürlük ve modernleşme söylemleriyle meşrulaştırma çabası olarak öne çıkarken, kitle iletişim araçları bu Proje'nin ideolojik altyapısını inşa eden ve geniş kitlelere ulaştıran temel araçlar arasında yer almaktadır. Kitle iletişim araçlarının gücü hem bölge halkını hem de uluslararası kamuoyunu bu Proje'ye uyumlu bir şekilde biçimlendirmek için stratejik olarak kullanılmıştır. Sonuç olarak, uluslararası haber medyası, Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'nin bir aracı olarak bölgeye dair tek taraflı ve stratejik bir algı inşa etmektedir. Bu süreçte haber medyası; kriz ve felaket, çerçeveleme, dilsel manipülasyon, imaj ve anlam inşası teknikleriyle kamuoyunu etkilemektedir. ABD'nin önde gelen gazetelerinde gündeme gelen konular genellikle Amerikan bakış açısını yansıtmakta ve bu çerçevede haberleştirilmektedir.

# Araştırma Kapsamında Ele Alınan Gazete Başlıklarının Algı Yönetimi Bağlamında Analizi

### 3.1. Araştırmanın Metodolojisi

#### 3.1.1. Araştırmanın Konusu ve Temel Problem

Günümüzde küresellenen dünya, zaman ve sınır kavramları anlamını yitirmiş, dünya McLuhan'ın nitelediği gibi “global köy” haline gelmiştir. Bu süreçte, birçok kavram ve olgu gibi, medyanın yapısı ve işlevi de değişmiş her geçen gün daha önemli roller üstlenmiştir. Sürekli gelişen iletişim teknolojileri ve medya sayesinde, kültürlerarası etkileşim artmış, dünya üzerinde uluslar ve ülkeler birbirine yakınlaşmıştır.

Medya; dünya üzerinde olup bitenleri aktarırken, sahip olduğu önemli konumuyla dünya gündemini belirlemekte, bireylerin ve toplumların algı ve tutumlarını değiştirmektedir. Bu durum medya üzerinde hakimiyet kurma cabalarını da beraberinde getirmiştir. Enformasyon akışı üzerinde kontrol sahibi olmak, iktidarı elinde bulundurmak ve toplumun algısını yönetebilmek anlamına gelmektedir.

Küreselleşmeyle birlikte algı yönetiminin ulusal sınırları da ortadan kalkmış, ülkeler baska ülkelerin üzerinde de etki bırakabilmek için küresel medya organlarının gücünden yararlanmak istemistir. Özellikle uluslararası medya gücüne sahip olan, güçlü devletler kendi çıkar ve arzuları doğrultusunda haber akısını ve haber içeriği üzerinde hakimiyet kurmaktadır. Uluslararası medya üzerinde kontrol sahibi olan küresel güçler, kendi politikalarını gerçekleştirebilmek için medyanın gücünden yararlanarak kamuoyu oluşturmaktadır. Küresel algı yönetiminin en önemli aracı olan medya; ıcerdiği siyasi, ekonomik ve sosyal mesajlarla toplumların kültürel, politik ve ekonomik değerlerine etki ederek islevini son derece başarılı bir biçimde yerine getirmektedir.

Medya sahipliğindeki sınırlandırmaların kalkması, kitle iletişim araçları üzerindeki özelleştirme politikaları ve güçlü sermaye gerektiren yeni iletişim teknolojileriyle küresel medya şirketleri ortaya çıkmış ve bu şirketlerin kendi üretim, dağıtım ağlarını kurmalarının önünü açmıştır. Bu küresel medya şirketlerinin amaçları geniş tüketici kitlesine ulaşarak hem ekonomik hem de politik güç sağlamaktır. ABD ve diğer Batılı ülkelerin hükümetleri, hakim politikaları sebebiyle bu medya kuruluşlarının yayılmasını desteklemiştir. IMF ve Dünya Bankası ulus ötesi şirketlerin erişimlerini dünyanın her yanındaki medya pazarlarına doğru genişletebilmeyi amaçladıkları cabaları başarılı olmuştur (Herman ve Chomsky, 2012, s.18).

Teknolojik gelişmelerle birlikte değişen medya formları, ulusal pazarlar dış etkenlere tamamen açık hale gelmişlerdir. Güçlü ve sürekli bir sermaye akısını gerektiren küresel medya sektörü, gelişmiş ülkelerin çok uluslu şirketlerinin egemenliğinin altına girmiştir. Bu nedenle küresel medya ya da uluslararası medya tek bir düşünce biçimine ait olan siyasi ve ideolojik kalıpları ileten bir güç haline gelmiştir.

Uluslararası medya kuruluşları, örneğin haber ajansları, gazeteler, film prodüksiyon firmaları, televizyon kanalları vs. dünyanın farklı bölgelerinde yatırımlar yaparak bölgelerin lokal medya kuruluşlarıyla da birleşmektedirler. Bu birleşmeler sonucunda, bu kuruluşlar birbirlerinin arşiv, haber ağları, personel kadrosundan yararlanmakta; ancak haber akısı gelişmiş olandan bölgesel olana doğru olan, tek yönlü ve belirli ideolojik kodları içeren mesajları ileterek gerçekleşmektedir.

Uluslararası nitelikte bir haber akısı için büyük ve çeşitli muhabir ağına sahip olmak, uydu ve iletişim/habercilik teknolojilerine sahip olmak ve bunu güncelleyebilme imkanına ve güçlü bir haber merkezine sahip olmak gerekmektedir. Bunlar için öncelikle çok güçlü bir sermayeye, yenilenen sermaye akısına, ait olunan ülkenin güçlü bir ekonomik ve kalkınma gücüne sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle en önemli ve en büyük uluslararası haber gazetelerine bakıldığında ekonomik anlamda güçlü ülkelere ait olduğu görülmektedir. Ülkeler sahip olduğu güçle bu gazeteleri besler, büyütür ve kendi çıkarlarına hizmet eden bir araç haline getirirken, medya kuruluşları bu kuvvetli haber ağlarını ait oldukları ülkelerin ideolojik, siyasal ve ekonomik çıkarlarını gözeterek bunun daimiliğini sağlamaktadırlar.

Gazeteler; muhabirler, editörler, yazı işleri kadrolarıyla birlikte gerçekleşen olay ve durumları nasıl, ne şekilde ve ne kadarının, nerede verileceğine kadar karar vererek, amaçlanan mesajların doğru ve istenilen şekilde alıcıya ulaşmasını amaçlamaktadır. Alıcı, haberleri ait olduğu gazete ve gazetelerin ait olduğu ülkenin gözünden alarak, tutum, algı ve görüşlerini oluşturmakta; bunun ardından buna bağlı olarak belirli bir kamuoyunun oluşturulmasına araç olmaktadır. Bunun aksine, eğer gazeteler yaşanan olayları, gerçekleşmiş durumları alıcıya ulaştırmazsa, o olay veya durum hiç gerçekleşmemiş olmaktadır. Sosyal medyanın yayılmasıyla gazetelerin bu konudaki tekelinden sıyrılmasına rağmen,

haber ajansları ve gazetelerden alınan bilgiler birçok kesim için güvenilir ve doğru olarak kabul edilmektedir.

Gelismiş ülkelerin egemenliği altında olan küresel medyada sözü geçen ülkeler, Kuzey yarımkürede yer alan gelismiş, sanayileşme evresini tamamlamış, eğitim ve ekonomik sorunlarının büyük bir kısmını çözmüş, yayılcı politika izleyerek hammadde ve insan kaynaklarının yanında, coğrafi olarak da kazanım sağlamak isteyen güçlü ülkelerdir. Bu ülkeler daha çok gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkeleri hedef alarak, bu ülkelerin sorunlu ekonomisi, eğitimsiz nüfusu ve ülkenin düşük refah seviyesinden yararlanarak, belirtilen ülkelerdeki kaynaklardan yararlanmak adına, kendi ulusunun ve diğer ulusların rızasını alarak amaçlarını ve egemenliğini mesrulasırmak amacıyla medyayı kullanmaktadır. Burada bahsedilen ülkelerin yayın kuruluşlarının çoğu, haberlerini yerel haber ajansları ve uluslararası haber ajanslarından ve ulusal/uluslararası gazetelerden alarak topluma iletmektedir. Çünkü bu ülkeler teknolojik ve ekonomik olarak kısıtlı olmakla birlikte, birçok ideolojik ve politik sorunlarla da karşı karşıyadır. Bu nedenle iletişim teknolojilerinde de diğer ülkelerden geride kalmış olmaları sebebiyle, Batı ülkelerine bilgi ve enformasyon akısını sağlıklı ve yeterli şekilde sağlayamamaktadırlar. Bu durum, uluslararası haber organlarının sahadaki egemenliğini pekistirecek, tüm dünyaya kendi bakış açıları ve çıkarlarıyla paralel olarak bilgi aktarımını gerçekleştirmelerine sebep olmaktadır. Uluslararası iletişim, Batı'nın güçlü devletler, güçlü ideolojileri ve yayılcı politikalarıyla alternatifi olmayan sistem olarak gösterilen kapitalizmin değerleri içine modernlik, iletişim, girişim, evrensel adalet gibi söylemlerle sürekli değişen değerler yerleştirerek, bu yapılandırmalarını mesrulasırmakta ve ülkeleri birbirine bağlamaktadırlar (Önür, 2002, s. 238). Uluslararası iletişim süreci, ulus-devlet ve hükümetler arasındaki karşılıklı ilişkisinden daha çok siyasi ve ekonomik bir bağlamın içerisinde değerlendirilmelidir.

ABD, 20. yüzyılın başlarından itibaren küresel bir güç olmaya çalışmaktadır. Soğuk Savaş'ın bitmesiyle birlikte en büyük olduğu söylenen ABD, bunu korumak ve sağlamlaştırmak, kendi ekonomik, siyasi ve kültürel üstünlüğü için eylemlerini özgürlük ve demokrasi söylemlerinin arka planında gerçekleştirmektedir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra dünyaya tek başına egemen olmak isteyen ABD'nin Pax Americana dayatmaları 1990'lı yıllarda Basra Körfezi'nde ve Yugoslavya'da, Ortadoğu'da ve Balkanlarda kendini göstermeye başlamıştır. Bunların yanı sıra Rusya ve Çin'in yükselen bir güç haline gelmesi ve Amerikan politikalarının büyük bir kısmına karşı muhalif tavırları ve tutumları, ABD'nin hem coğrafi, jeopolitik avantaja hem de enerji kaynaklarına sahip olma isteğini artırmıştır. Ortadoğu'nun stratejik konumu ve enerji kaynakları açısından zenginliğiyle istikrar sağlanamamış ekonomik ve siyasi düzeni sebebiyle ABD'nin hedef bölgesi olmasına neden olmuştur. ABD, buradaki kültürel, dini, ekonomik ve ideolojik kaostan yararlanarak Ortadoğu'yu sömürgesi haline getirmek için caba sarfetmektedir.

Ortadoğu'nun, ABD ekonomik ve siyasi politikaları için emperyalizmin vazgeçilmez olduğuna dair 1952 yılında Rockefeller Kardeşler Fonu olarak bilinen örgüt tarafından bir rapor yayınlanmıştır. Bu rapora göre: "Asya, Ortadoğu ve Afrika milliyetçiliği, Sovyet Blogunun tahrikleriyle yıkıcı bir güç haline gelecek olursa, Avrupa'nın petrol ve diğer hammadde ikmal kaynakları tehlikeye girebilir. Su halde, bölgeyi güvenlik altına almak için bölge ülkeleriyle ilişkiler kurmak ve yasamsal önemdeki kaynakları böylece güvence altına almak gerekir. Bu nedenle, Ortadoğu, emperyalizmin ilgi odağı olmuştur ve bu bölgeyi kendi etki alanı içinde tutmak gereklidir" (Değer, 1994, s. 92). ABD'nin özellikle 1990'lı yıllardan itibaren uğrasmakta olduğu terörizmin kaynağının Radikal İslamcı örgütlerin olduğu saptanmış ve bu örgütlerin merkezinin ise Moritanya'dan Endonezya'ya uzanan coğrafya

üzerinde 50'den fazla ülkenin bulunduğu İslam coğrafyası olduğu belirtilmiştir. Buna göre, ABD yönetimlerine stratejik arge hizmeti veren “RAND Cooperation” adlı kuruluş (think-tank) tarafından, *Sivil Demokratik İslam: Ortaklar, Kaynaklar ve Stratejiler* başlıklı rapor Bush yönetimine sunulmuş ve bu raporda İslam coğrafyasının denetim altına alınmadığı süreçte medeniyetler çatışmasının yaşanacağı ve bu coğrafyanın küresel bir sorun haline gelmeden nasıl denetim altına alınacağına dair stratejiler yer almaktadır (Henze , 1993, s. 5-52) (Fuller, 1991, s.17-44).

BOP'un başlangıç noktası 11 Eylül 2001'de gerçekleşen, El-Kaide'ye bağlı kişiler tarafından gerçekleştirilen uçakların ABD'deki iki farklı hedefe intihar saldırıları olup, ABD'yi çok ciddi şekilde sarsan ve dünyaya yayılan “küresel terörizm”in ortaya çıkmasıdır.

*“Afghanistan’la, Irak’ın işgali ve devamında Büyük Ortadoğu Projesi (BOP)’nin yürürlüğe konulduğu bir süreç gerçekleştirilmiştir. Bu operasyonların amacı, teröristleri yok etmek, demokrasiyi gerçekleştirmek olmuştur. Bu üretilen atmosfer içinde kitle iletişim araçları vasıtasıyla, ABD siyasi operatörlerinin amaçladıkları “toplumsal algılama dizgesi” yeniden üretilmiştir. Dünyanın tek süper gücü konumunda olan ABD ve onun en önemli müttefiki İngiltere’nin üst düzey yöneticileri, 11 Eylül 2001 tarihi itibarıyla birilerine savaş ilan ettiklerini, bundan böyle de dünyada hiç bir şeyin 10 Eylül 2001’deki gibi olmayacağını bütün dünyaya duyurmuşlardır”* (Pacacı, 2013, s.110).

“Büyük Ortadoğu Projesi”, yani bölgelerin demokratiklesmesi projesi, aslında dört bölgeyi kapsamaktadır (Sahin, 2004, s. 172):

1. Merkez Ortadoğu (Türkiye’nin de içinde bulunduğu bölge)
2. Kafkasya (Sovyetler Birliği’nden bağımsızlığını ilan eden ülkeler)

3. Afrika (Fas'tan Mısır'a kadar Kuzey Afrika)
4. Asya (Endonezya'ya, Güney Asya'ya ve Çin'e kadar olan Orta Asya)

11 Eylül 2001 Saldırıları'ndan çok daha önce bölge üzerinde hakimiyet kurma cabasında olan ABD ve müttefiki Avrupa için bu saldırıların sebep olduğu trajedi, ABD ve Avrupa için ekonomik ve siyasi çıkarlarını, bu trajedi üzerinden kamuoyu oluşturmaya çalışarak gerçekleştirmesi için önemli bir dönüm noktası olmuştur. ABD'nin uluslararası politikalarına bakıldığında, bu projenin çok daha önce başlatıldığı üzerinde durulan bir konu olmasına rağmen; bu saldırılar ABD için emperyal politikaların izlenebilmesi için bir gerekçe olarak kullanılmıştır. Dünya üzerinde hakimiyet sağlamak için Irak ve Afganistan'a yapılan müdahaleler buna örnektir. 11 Eylül 2001 Saldırılarıyla, ülke ve halkların psikolojik tepkisinden doğan fırsatla birlikte yeni silahlara yatırım yapılarak farklı noktaya gelinmiştir. Küreselleşme ve buna bağlı olarak gelişen yeni dünya düzeni, dünyanın üzerinde kontrolü sağlamak için araç ve ortam oluşturmaya çalışmış; BOP, revize edilmiş biçimiyle GOKAP bu düzeni ve ekonomik/siyasi çıkarları sağlama ve devam ettirmenin kaynağı olmuştur.

Medyanın aracılığıyla yürütülen algı yönetimi çalışmalarlarıyla ABD ve Batı, sert güç kullanılmasına gerek kalmadan mesajlarını hem GOKAP ülkelere hem de diğer ülkelere iletmektedirler. Böylelikle, tepki çekmeden bu ülkelere rızayı üreterek politikalarını gerçekleştirebilmeleri için toplumsal ve politik ortamı hazırlamaktadırlar. Medya ile birlikte bu güçler, ısgalci ve emperyalist gibi olumsuz nitelendirmelere maruz kalmadan ve bunlarla ilgili yaptırımlarla yüzleşmeden istedikleri tutum ve düşünce tarzını oluşturmaktadırlar.

Proje kapsamında olan Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri üzerine yapılan haberleriyle bölgenin bir kaos içinde olduğu, insan haklarının hiçe sayıldığı, demokratik normlardan uzaklaşmış; bu bölgelerin yalnızca ulusal değil uluslararası



bağlamda da tehlike oluşturdıkları algısı yaratılmaktadır. Bircok ülkenin mücadele ettiği küresel terörizm unsurlarının bu bölgelerde doğup yayıldığına dair mesajlar veren bu uluslararası medya organları, var olan olay ve durumları bazı süzgeçlerden gecirmek üzere topluma iletmektedirler. Böylece, ulusların ve insanların duygusal olarak hassas oldukları bu konu üzerinden de korku yaratarak, bu bölgelere müdahalenin kaçınılmaz olduğu anlayışı yayılmaktadır. Ayrıca bu haberlerle emperyalist güçlerin sebep olduğu ya da aracılık ettiği olay ve durumlar yansıtılmamakta ya da baska hedefler gösterilerek yine küresel güçlerin müdahaleleri gizlenmektedir.

Medyanın aracı olduğu algı yönetimi operasyonlarıyla ABD, bu bölgenin ulusları ve doğal olarak diğer ülkelerin ulusları için de bir kurtarıcı olarak rol oynamaktadır. Bölge üzerinde hakimiyet kurmayı amaçlayan bu emperyalist ülkeler, ulusları ikna ederek, dünya kamuoyunda kahraman, arabulucu ve barışın temsilcileri olarak yerini sağlamlaştırmaktadır. Sonuc olarak, bölge üzerinde egemenlik kurmak isteyen ülkeler BOP/GOKAP'ın amaçlarına sorunsuz ve çok daha az askeri/mali mücadeleyle ulaşmaktadır.

GOKAP; coğrafi, ekonomik ve politik anlamda geniş bir bölgeyi kapsayan ve ABD'nin başını çektiği stratejik bir proje olarak, çeşitli medya araçları aracılığıyla dünya kamuoyuna sunulmuştur. Bu araştırmada, uluslararası gazetelerin haber başlıklarında kullanılan algı yönetiminin, bu projeye dair algıların oluşturulmasında nasıl kullanıldığı analiz edilmektedir. Algı yönetiminde haber başlıkları büyük bir öneme sahiptir. Çünkü başlıklar, medyanın mesajlarını ilk sunma biçimi olarak algıyı doğrudan şekillendirmektedir. Özellikle uluslararası gazetelerin haber başlıkları, küresel olaylar hakkında toplumsal algıyı belirleme, kamuoyu oluşturma ve belli bir siyasi ya da kültürel bakış açısını ön plana çıkarma imkanına sahiptir.

Haber başlıkları okuyucuların dikkatini çekme ve haberi incelemesini teşvik etmede önemli bir rol oynamaktadır. İyi

hazırlanmış bir başlık, bir kitleyi çekmede ve bir hikayenin özünü iletmede oldukça önemlidir. Gazetecilik sıklıkla dördüncü kuvvet, demokrasinin temel taşı ve halk için hayati bir bilgi kaynağı olarak anılmaktadır. Dijital medyanın yükselişi ve haber akışındaki hızla birlikte, başlıklar haber hikayelerine açılan kapı haline gelmiştir. Dikkat sürelerinin azaldığı günümüz dünyasında, gazetelerin öz, ilgi çekici ve doğru başlıklar oluşturmaları beklenmektedir. Yanıltıcı veya yanlış bir başlık, yanlış yorumlamalara, yanlış anlaşılmalara ve hatta yanlış bilgilere yol açabilmektedir. Başlıklar genellikle okuyucuların bir haber hikayesine ilişkin ilk algılarını şekillendirmekte ve manipülatif başlıklar önyargılı yargılara ya da eksik bilgiye neden olabilmektedir. Haber başlıkları potansiyel olarak kamuoyu üzerinde etkiye sahiptir. Haber başlıkları farklı topluluklar ve bireyleri üzerinde yaratabilirken sansasyonel veya kışkırtıcı başlıklar, klişeleri sürdürebilir veya belirli grupları damgalayabilmektedir. Gazete başlıklarının başta gelen görevi, haberi okura özetlemek ve okurum ilgisini çekmenin yanı sıra okura bir bakış açısı yaratmak, okurun haberi gazetenin kontrol ettiği odak noktalarından görmesini sağlamaktır (Zeyrek, 1992, s. 68).

Günümüzde haber medyasındaki çeşitlilik ve internet haberciliğinin yaygınlaşmasıyla alıcı, yoğun bir haber bombardımanına maruz kalmaktadır. Geldiğimiz çağda her geçen gün bireysel ve toplumsal değişimler yaşanırken, alışkanlıklarla beraber rutinler de değişmektedir. Teknolojinin geldiği noktayla beraber haber okuma rutinleri de her geçen gün farklılaşmaktadır. Günümüz artık hız çağı olarak anılmakta, üretimden tüketime kadar hızlı bir süreç işlemektedir. Bireysel bu çağda uzun metinler içerisinde kaybolmak yerine daha kısa ve daha doğru bilgiye en hızlı şekilde ulaşmak istemektedir. Bu süreçte, gündelik olaylara dair haberleri alabilmek amacıyla haber başlıklarından yararlanmaktadır. Haber başlıkları yaşanan çağa uygun olarak okuyucuya en hızlı bilgi ve duyguları ileten metinlerdir. Haber başlıkları okuyucunun, yoğun bilgi akışından minimum bilişsel güç harcanarak en iyi

şekilde yararlanmalarına yardımcı olmaktadır (Dor, 2003, s. 719).

Başlıklar, hikayeler ve okuyucular arasında arabuluculuk işlevi görmektedir; aynı zamanda hikayenin içeriğiyle okuyucunun yorumlama bağlamı arasında en uygun düzeyde yakınlık üretme görevi olan bir iletişim aracıdır (Dor, 2003, s. 719-720). Çarpıcı, duygusal veya merak uyandırıcı başlıklar, okuyucuyu haberin içeriğine çekmek için kullanılmaktadır. Bu tür başlıklar bazen haberin içeriğini manipüle etmekte ve okuyucunun haberi taraflı algılamasına neden olmaktadır. Haber başlıkları, okuyucunun duygu dünyasını harekete geçirmek için belirli kelime seçimleriyle tasarlanmaktadır. Başlıklarda kullanılan sözcükler, okuyucunun duygusal tepkilerini harekete geçirebilmektedir. Örneğin, “çatışma” yerine “katliam” kelimesinin kullanılmasıyla olayın şiddet ve dramatik yönü öne çıkarılmaktadır. Özellikle kriz, felaket veya çatışma gibi olaylarda başlıklar, okuyucunun korku, öfke veya ümit gibi duygularını tetikleyerek belirli bir düşünce yapısını teşvik etmektedir. Örneğin; “Felaket: Binlerce İnsan Evinden Oldu” gibi başlıkların korku veya empati uyandırması hedeflenirken, “Cesur Mücadele: Felaketten Sonra Yeniden Başladılar” başlığıyla umut verici bir algı oluşturulması amaçlanmaktadır.

Haber başlıkları, bir olayın veya konunun hangi bağlamda değerlendirileceğini okuyucuya dikte etmektedir. Örneğin, bir ekonomik reform haberi “Halk İçin Yeni Fırsatlar” başlığıyla olumlu çerçevelenirken, aynı haber “Vatandaşa Ek Yük” başlığıyla olumsuz bir algı yaratmaktadır. Okuyucun haberi okumadan belirli bir fikir edinmesinin yanı sıra habere eleştirel-destekleyici bir bakış açısıyla bakmasını da etkilemektedir. Özellikle politik ve ideolojik haberlerde, başlıklar kasıtlı olarak bir mesajı desteklemek veya rakip görüşleri itibarsızlaştırmak için kullanılabilir. Gazetenin iktidar ilişkileri, yapısı, editoryal süreçleri, gazetenin kendi ideolojik yapısı bu süreç üzerinde en etkili rolleri oynamaktadır. Başlıklar bazen haberin

tüm içeriğini yansıtmak yerine yalnızca bir bölümünü öne çıkarmaktadır. Bu, okuyucunun olay hakkında tek taraflı bir görüş edinmesine yol açabilmektedir. Başlıklar, bir buzdağının görünen kısmı olup açıkça söylenmeyen, fakat okuru belli bir doğrultuda düşünmeye yöneltten bilgi, gazetenin ve haber yazarının görüş ve değerlendirmeleriyle yoğrularak, metne şırınga edilmektedir (Zeyrek, 1992, s. 60).

Haber başlıkları gazeteci veya editoryal grup tarafından yalnızca bilgilendirmek amaçlı yayınlanmamakta, belirli ilişkiler ve ajandalar etkisiyle kurgulanmaktadır. Haberler ve özellikle başlıklar, gazetenin/yazarın sahip olduğu düşünce ve ideolojileri yansıtan en önemli ögedir. Başlıklar aynı zamanda neyin önemli olduğu, neyin öne çıkarıldığı ve neyin göz ardı edildiği konusunda da belirleyici olmaktadır. Bir gazetede verilen haberin başlığı, hangi unsurların öne çıkartılacağını ve okuyucunun nereye odaklanacağını belirlerken, aynı zamanda bazı detayların göz ardı edilmesine neden olabilmektedir. Bu şekilde medya, olayları kendi çerçevesinden sunarak kamuoyunun algısını sınırlama gücünü sahiptir. Bu aşamada hem yazı işleri müdürünün hem de hedef okur kitlesinin kabul edeceği metinler ve başlıklar hazırlamaktadırlar (van Dijk & Kintsch, 1983, s. 287).

Başlıklar, okuyucunun haberin içeriğine dair ilk izlenimini oluşturan en önemli unsurlardan biridir. Bir olayın veya durumun nasıl çerçevelendiği, seçilen kelimeler, yapılan vurgular, kullanılan ya da kullanılmayan cümle ögeleri okuyucuların konuya nasıl yaklaşacağı konusunda güçlü bir etkiye sahiptir. Örneğin, aynı olay farklı gazetelerde “kriz” ya da “fırsat” olarak başlıklandırmak, olayın nasıl bir çerçevede sunulacağını göstermektedir. Haberler genellikle şok, merak, öfke veya endişe uyandıran başlıklar, okuyucuların ilgisini çekmek ve onları haberin geri kalanını okumaya teşvik etmek amacıyla formüle edilmektedir. Bu da medyanın hangi haberleri öne çıkararak küresel ya da bölgesel kamuoyunu nasıl yönlendirdiği konusunda önemli bir ipucu sunmaktadır.

Uluslararası gazeteler, farklı kültürel ve siyasi arka planlara sahip kitlelere hitap ederken ulus ötesi kamuoyuna da ulaşarak hedef kitlesini genişletmektedir. Başlıklar, olayların bu kitlelere nasıl sunulacağını belirlerken gazetelerin ideolojik ve kültürel eğilimlerini yansıtmaktadır. Özellikle politik veya hassas konularda, başlıklar belirli bir ideoloji ya da anlatıyı güçlendirmek için dikkatlice seçilmektedir. Kullanılan dil, seçilen kelimeler, haberin bağlamını ve algısını değiştirmektedir. Örneğin, bir gazetenin haber başlığında Ortadoğu'daki bir çatışma "özgürlük mücadelesi" olarak sunulurken, başka bir gazetede aynı olay "terör saldırısı" olarak tanımlanabilmektedir.

Bazı başlıklar bilinçli bir şekilde yanıltıcı veya manipülatif olarak verilmektedir. Bu da algı yönetiminin belirgin bir şekilde değil de daha ince nüanslarla yapıldığını ve kamuya iletildiğini göstermektedir. Olayların eksik veya çarpıtılmış, manipüle edilmiş bir biçimde sunulması, okuyucuları yanlış yönlendirirken medyanın hangi amaçlara hizmet ettiğine dair önemli ipuçları sağlamaktadır. Özellikle kriz zamanlarında veya hassas siyasi süreçlerde, başlıklar kamuyu belirli bir bakış açısına yönlendirme amacı gütmektedir.

Haber başlıkları genellikle kısa, öz ve çarpıcı olmalıdır. Bu nedenle, verilen bilgi yoğunlaştırılmakta ve seçilen her kelimenin anlamlı olması sağlanmaktadır. Başlığın bir anlamda özet niteliğinde olması, verilen mesajın etkinliğini de artırmaktadır. Hatta haber başlıkları başlı başına bir mesajdır. Ancak bu durum haberin belirli yönlerinin kasıtlı olarak basitleştirilmesine veya karmaşık olayların indirgenmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda, küresel algı yönetimi konusunda uluslararası gazetelerin başlıklarını incelemek, medya kuruluşlarının hangi anlatıları desteklediğini, hangi olayları önemseydiğini ve bunları nasıl bir çerçevede sunduğunu anlamak için kritik bir yöntemdir.

Bu çalışma, GOKAP'ın medya aracılığıyla küresel sahnede nasıl temsil edildiğini, hangi gazetelerde hangi

haber başlıklarıyla manipölasyon stratejilerinin kullanıldığını ve bu stratejilerin hedef kitlelerin bilinçaltında nasıl bir algı oluşturmaya amaçladığını araştıracaktır. Algı yönetimi, hedef toplumları belirli bir düşünceye yönlendirme sürecini içerirken, haberlerin en dikkat çekici kısmı olan başlıklar ise bu süreçte önemli bir manipölasyon aracı olarak görev almaktadır. Dolayısıyla, medyanın küresel algı yönetiminde uluslararası gazetelerin haber başlıkları aracılığıyla oynadığı bu belirleyici rol, çalışmanın merkezinde yer alacaktır.

Özet olarak araştırmanın temel problemini küresel algı yönetiminde uluslararası gazetelerin haber başlıkları aracılığıyla Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'nin nasıl inşa edildiği oluşturmaktadır. GOKAP gibi küresel projenin haber medyası aracılığıyla nasıl sunulduğu ve bu sunumların, toplumların algılarında nasıl bir değişim veya yönlendirme yaratmaya çalıştığı araştırma kapsamında incelenmektedir.

### 3.1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırma kapsamında ele alınan temel problemten hareketle GOKAP merkeze alınarak küresel algı yönetimi için uluslararası gazetelerin haber başlıklarını nasıl yapılandığını ortaya koymak araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. GOKAP gibi geniş kapsamlı küresel projelerin uluslararası medyada nasıl temsil edildiği, bu temsillerin haber başlıklarına nasıl yansıtıldığı hedef kitlelerin algı ve tutumlarını nasıl yönlendirdiği analiz edilecektir. Küresel medya, ulusların sınırlarını aşarak geniş kitlelere hitap eden bir algı oluşturma aracı haline gelmiştir. Bu çalışmada, medya araçlarının bu süreçte nasıl bir manipölasyon aracı olarak kullanıldığı, hangi stratejileri tercih ettiği ve algı yönetiminin nasıl başarıyla inşa edilmeye çalışıldığı incelenecektir. Araştırma, haber başlıklarında kullanılan algı yönetimi tekniklerinin ve kullanılan manipölatif uygulamaların, hedef toplumların düşünce yapılarını nasıl etkilemeye çalıştığı ve uluslararası

kamuoyunu yönlendirme gücüne nasıl katkı sağladığını incelemeyi de amaçlamaktadır. Küresel haber medyası organlarının, ABD tarafından politik, ekonomik ve kültürel çıkarlarını meşrulaştırmak amacıyla nasıl kullanıldığı, bu haber medyasının ekonomik ve siyasi iktidarın ilişkileri için nasıl işlev gördüğü ele alınacaktır. Çalışmada, uluslararası haber medyası temsillerinin kitleleri korku, umut ve rıza üretimi gibi çeşitli duygusal süreçler yoluyla nasıl yönlendirdiği ve bunun GOKAP'ın meşruiyetini nasıl pekiştirdiği araştırılacaktır. Bu araştırma, medya ve algı yönetimi arasındaki ilişkinin küresel ölçekte nasıl çalıştığını ve haber medyası temsillerinin uluslararası ilişkilerde nasıl bir güç aracı olarak kullanıldığını kavramsal olarak ortaya koymayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın bir diğer hedefi, GOKAP'ın haber medyası aracılığıyla ABD dışındaki toplumlara ve küresel kamuoyuna nasıl sunulduğunu ve toplumsal algı üzerinde yaratmaya çalıştığı etkileri de değerlendirmektir.

Son olarak, bu çalışma, uluslararası haber medyası ve küresel algı yönetimi arasındaki ilişkinin daha geniş bir teorik çerçevede anlaşılmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir. Medyanın küresel politikalar üzerindeki etkisini kavramak ve medya aracılığıyla inşa edilen söylemlerin uzun vadede uluslararası ilişkilerde nasıl bir güç aracı olarak kullanıldığını anlamak, çalışmanın nihai amacıdır. Bu doğrultuda, küresel medya düzeninin toplumsal algılar üzerindeki hegemonik etkilerini açığa çıkarmak ve bu etkilerin küresel politikalar üzerindeki sonuçlarını değerlendirmek amaçlanmaktadır.

### **3.1.3. Araştırmanın Önemi**

Bu çalışma, küresel algı yönetiminin medya aracılığıyla nasıl inşa edildiğini GOKAP örneği üzerinden inceleyerek, uluslararası ilişkilerde medyanın oynadığı stratejik rolü derinlemesine anlamayı amaçlamaktadır. Günümüzde medya, yalnızca bilgi aktarma işleviyle sınırlı kalmayıp, küresel politik

ve ekonomik güç odaklarının çıkarlarını gerçekleştirme ve meşrulaştırma sürecinde kritik bir araç haline gelmiştir. Medyanın, toplumsal algıları şekillendirme, yönlendirme ve belirli ideolojik kodlar üzerinden kamuoyunu yapılandırma gücü, bu çalışmayı hem akademik hem de pratik açıdan önemli kılmaktadır.

Çalışma, GOKAP gibi stratejik projelerin medyanın haber başlıkları aracılığıyla küresel sahnede nasıl temsil edildiğine ve medya içeriğinin toplumların algısında nasıl bir manipülatif etkiye yol açtığına odaklanmaktadır. Özellikle, medya kuruluşlarının siyasi ve ideolojik çıkarlar doğrultusunda kurguladıkları haber akışının hem yerel (ABD) hem de uluslararası kamuoyundaki algıları nasıl şekillendirdiğine yapılan analizler, medya ve algı yönetimi üzerine literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Bu çalışma, küresel medya sistemlerinin yalnızca bilgi değil, aynı zamanda güç ve ideoloji üreten yapılar olarak nasıl işlev gördüğünü de detaylandıracaktır.

Küreselleşen dünyada uluslararası medya kuruluşlarının sahip olduğu hegemonik güç ve bu güç üzerinden gerçekleştirdikleri algı yönetimi stratejileri, çalışma açısından bir başka önemli boyuttur. Özellikle medya sahipliği, ulus-ötesi medya şirketleri ve bu yapıların küresel politikalar üzerindeki etkilerini incelemek, dünya üzerindeki güç dengelerinin medya aracılığıyla nasıl biçimlendiğini anlamaya katkıda bulunacaktır. Bu bağlamda, çalışma, haber medyası sahipliğinin ve bu sahiplik yapılarının algı yönetimindeki belirleyici rolünü açığa çıkarması açısından önemlidir.

Ayrıca, bu çalışma GOKAP gibi büyük ölçekli projelerin medya aracılığıyla dünya kamuoyuna nasıl sunulduğu ve bu sunumun toplumsal bilinçaltına nasıl nüfuz ettiği konularına odaklanarak, medya stratejilerinin işleyişini analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda çalışma, haber medyasının inşa ettiği algının dönüştürücü etkilerini ortaya koyarak,



küresel projelerin haber üzerinden nasıl meşrulaştırıldığını ve bu süreçte kamuoyunun nasıl manipüle edildiğini anlamaya yönelik önemli veriler sunacaktır. Özellikle, GOKAP gibi stratejik girişimlerin medya aracılığıyla oluşturulan algı yönetimi süreçleri, küresel güçlerin yumuşak güç stratejilerinin incelenmesi açısından çalışmayı değerli kılmaktadır. Bunun yanında, haber aracılığıyla yürütülen algı yönetimi süreçlerinin, demokratik tartışmalar ve kamusal alan üzerindeki etkilerini analiz etmek, medyanın politik süreçlerdeki rolünü anlamak için kritik bir noktadır. Medyanın kamuoyunu yönlendirme gücü, demokratik süreçlerin şeffaflığı ve hesap verilebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada yapılacak analizler, medya, haber ve kamuoyu arasındaki ilişkiyi çözümlemeye yardımcı olurken, haberin ve haber başlıklarının toplumsal rızanın üretilmesi üzerindeki etkilerini de gözler önüne serecektir. Böylece, medya, haber ve demokrasi ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara da katkıda bulunmaktadır.

Sonuç olarak çalışma, hem küresel medya sistemlerinin algı yönetimindeki rolünü hem de küresel politikaların haber aracılığıyla nasıl meşrulaştırıldığını analiz ederek, uluslararası ilişkiler ve iletişim alanındaki akademik literatüre önemli bir katkı sağlamayı hedeflemektedir. GOKAP örneği üzerinden haber başlıkları ve algı yönetimi arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemek, küresel güçlerin medya stratejilerini anlamak açısından önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma hem medya çalışmaları hem de uluslararası ilişkiler açısından özgün bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır.

### 3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

1 Haziran 2023-1 Haziran 2024 tarihleri arasında geçen bir yıllık periyotta uluslararası mecrada en çok okunan ve ulusal-uluslararası aboneliği en fazla olan ABD merkezli gazeteler taranmıştır ([www.meltwater.com](http://www.meltwater.com); [www.agilitypr.com](http://www.agilitypr.com); [www.agilitypr.com](http://www.agilitypr.com); [www.thepaperboy.com](http://www.thepaperboy.com); [www.statista.com](http://www.statista.com)).

Bu süreçte Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgeleriyle ilgili spor, politik, ekonomik, sanat, sosyal tüm haber kategorileri ve fikir yazılarının başlıkları da çalışmaya dahil edilerek taranmıştır. Araştırmaya dahil edilen gazeteler ise şu şekildedir:

- Los Angeles Times
- The New York Times
- The Wall Street Journal
- The Washington Post
- USA Today

Bu gazetelerden toplamda 8878 haber başlığı alınmıştır. Los Angeles Times gazetesinde 1146; The New York Times'ta 1745; The Wall Street Journal'da 1662; The Washington Post 1776; USA Today'de ise 2548 haber başlığı analiz edilmiştir. Son bir yıllık haber başlıklarına ulaşmak için gazetelerin çevrimiçi arşiv sayfaları ve T.C. Cumhurbaşkanlığı Millet Kütüphanesi arşivleri kullanılmıştır.

### 3.1.5. Araştırma Soruları

Bu çalışmanın konusu, kısaca küresel algı yönetiminin medya aracılığıyla inşa edilmesidir. Büyük Ortadoğu Projesi (BOP) ya da revize edilmiş biçimiyle Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi (GOKAP) çalışmanın merkezini oluşturmakla birlikte; haber medyasının küresel algı yönetimine nasıl aracılık ettiği ise çalışmanın temel konusudur. Kitlelere mesaj/haber ileten medyanın ülke ve uluslararası politikalarına göre küresel bağlamda algı yönetimi için haber başlıklarında nasıl kullanıldığına dair kapsamlı bir kaynak olma amacı da taşımaktadır.

Çalışmada değinilmesi düşünülen bazı konu ve sorular kısaca şu şekildedir:

- GOKAP sürecinde haber başlıklarında algı yönetimi ve manipölasyon teknikleri uygulanmakta mıdır?

- Uygulanan algı yönetimi tekniklerinin gazetelere göre dağılımı nasıldır?
- GOKAP ile ilgili olarak başlıklar incelendiğinde medya manipülasyonunun temel amaçları nelerdir?
- Araştırma kapsamındaki gazete başlıklarının ABD'nin imajına dair haberlerde kullandığı yöntemler nelerdir ve dağılımı nasıldır?
- Kriz ve felaket durumlarıyla ilgili kullanılan teknikler nelerdir ve gazetelere göre dağılımı nasıldır?
- Ele alınan haberlerde dilin kullanımına dair ne tür yöntemler kullanılmaktadır ve gazetelere göre dağılımı nasıldır?
- Haberlerin aktarılma şekilleri ele alındığında uygulanan sınırlandırmalar ve yönlendirmeler nelerdir? Bu yöntemlerin gazetelere göre dağılımı nasıldır?
- Algı yönetimi tekniklerinin medya organlarına göre yoğunluk analizi ne gibi sonuçlar ortaya koymaktadır? Gazeteler arasında farklılıklar (varsa) neden kaynaklanmaktadır?
- Haber medyası, küresel politik projelerde tarafsız bir aktör mü, yoksa taraflı bir araç mıdır?

Bu araştırma, küresel algı yönetimiyle haber ilişkisine dair cevaplar bulmayı amaçlamaktadır. GOKAP için uygulanan politikaları uluslararası kamuoyunda meşrulaştırmak ve bir bilinciyle algı yaratmak amacıyla, ABD medyasının hedef kitleyi hangi tekniklerle etkilediğine dair tartışmalara yanıt vermek hedeflenmektedir.

### 3.1.6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın temel problemine ve sorularına uygun olarak ele alınan haber başlıklarının incelenmesinde kullanılacak yöntem nicel ve nitel araştırma yöntemi olan içerik analizidir.

İçerik analizi, sosyal bilimlerdeki araştırma yöntemlerinden önemli birini temsil etmektedir. 1980'li yıllardan itibaren, içerik analizi psikoloji ve sosyal bilimler alanındaki araştırma yöntemlerine aktif bir şekilde dahil olurken, gazetecilik ve iletişim çalışmalarında da yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan bu teknik, kitle iletişim araçlarındaki içerik üzerine gerçekleştirilen hem nitel hem de nicel araştırmaların yapılmasına olanak tanıyan bir yöntemdir (Alanka, 2024, s. 69). Bu yöntem belirli bir fenomen ya da sorunsal çerçevesinde veri toplayarak, bu verilerdeki anlam örüntülerini açığa çıkarmaktadır. İçerik analizi, sosyal bilimlerde sıkça kullanılan bir yöntem olup, belirli bir metindeki ya da söylemdeki belirli temaların, sembollerin ya da sözcüklerin sıklıklarını, bağlamlarını ve ilişkilerini analiz etmektedir. Bu yöntem hem niteliksel hem de niceliksel yaklaşımlar temelinde uygulanabilir ve iki yaklaşımda farklı metodolojik çerçevelere sahiptir.

Niceliksel içerik analizi, belirli verilerin frekanslarının ve dağılımlarının sayısal olarak ölçülmesini temel almaktadır. Bu analiz türü, metinlerdeki belirli sözcüklerin, ifadelerin ya da temaların ne sıklıkta tekrarlandığını ve bunların istatistiksel olarak nasıl dağıldığını ölçmektedir. Bu yöntem, özellikle geniş veri setlerinde objektif ve tekrarlanabilir sonuçlar elde etmek için kullanılmaktadır.

İçerik analizinin nicel boyutu, verilerin ham biçimlerinin belirli kodlama yöntemleriyle nicel verilere dönüştürülmesini ve ardından sistematik bir yapıya dönüştürülerek yorumlanmasını sağlamaktadır (Kıncal, 2014, s. 53). Nicel veriler araştırmada yer alan haber başlıklarının analizi ve yorumlanması için gereklilyken, tespit ve sonuçların tutarlılığı için oldukça önemlidir.

Niteliksel içerik analizi, metinlerin daha derin bir anlam katmanını keşfetmek amacıyla kullanılan bir yaklaşımdır. Bu analiz türü, incelenen metin ya da görsel malzemede yer alan anlamları, yöntemleri, temaları, sembolleri ve kalıpları

yorumlamaktadır. Nitel araştırma süreci esnek bir yapıya sahip olup kitle iletişim araçlarının incelendiği bir çalışmada verilerin karmaşık yapısı bu esnekliği desteklemektedir. Özellikle karmaşık, bağlamsal ve çok katmanlı verileri incelemek amacıyla kullanılmaktadır.

Gazete haber başlıklarının nitel incelemesinde, kavramların, yorumların ve söylemlerin anlam kazanabilmesi için başlıklarda yer alan verilerinin toplanması ve nicel yöntemlere dayandırılarak analiz edilmesi gerekmektedir. Nitel ve niceliksel içerik analizi, farklı araştırma sorularına ve hedeflere hizmet eden iki ayrı yaklaşım gibi görünse de nitel içerik analizi, derinlemesine anlayış sağlarken, niceliksel içerik analizi daha geniş veri setlerinden genel eğilimleri ve kalıpları ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır. Böylelikle toplanan verilerin nitel yorumlanmasının niceliksel olarak tutarlı bir zemine oturtulmasını sağlamaktadır.

Özetle; niteliksel ve niceliksel içerik analizleri birbirlerinden farklı metodolojik yaklaşımlar olmasına rağmen, araştırma konusuna ve amaca göre birbirini tamamlayıcı şekilde kullanılabilmektedir. Niteliksel analiz, daha derinlemesine bir anlam katmanı sağlarken, niceliksel analiz, daha geniş bir genel bakış sunar ve sayısal sonuçlarla desteklenmektedir.

İçerik analizi, materyallerin sistematik, ayrıntılı ve özenli bir şekilde incelenerek anlamların, önyargıların, temaların ve kalıpların belirlenmesini ve yorumlanmasını amaçlayan bir yöntemdir. Haber metinleri, fotoğraflar, videolar ve belgeler gibi tüm iletişim türlerine içerik analizi uygulanabilmektedir. İçerik analizi, iletişim incelenen içeriğin sistematik analizlerini nesnel ve sistemli bir biçimde yapma olanağı sunmaktadır. Özetlenecek olursa içerik analizi:

- İçerik analizinin temel odak noktası, dil kullanılarak inşa edilen sözlü, yazılı ya da görsel materyaller, yani metinlerdir.

- İçerik analizi, sezgisel yorumlara karşı durur ve sistematiklikle nesnelliği önceliklendirir.
- Kuramsal düşünceye dayalı olup, uygulama süreci de bu kuramsal çerçeveden doğmaktadır.
- İçerik analizi, incelediği metinlerden hareketle, açıkça görülmeyen iletişim unsurları (kaynak, hedef, sosyal bağlam) üzerine çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır.

Bu yöntem, yorumu tamamlanmış metinlere odaklanır ve bu metinlerden yola çıkarak bilinmeyen yönler hakkında sonuçlar üretmeyi hedeflemektedir (Türkdoğan & Gökçe, 2012, s. 318-319).

Niteliksel ve niceliksel yaklaşımların birbirini tamamladığı ilkesine dayanan içerik analizi, anlam yapılarını nitelikten niceliğe doğru genelleştirmektedir. Bu nedenle, nesnellik ve sistematikliği ön planda tutmasıyla niceliksel yaklaşıma, incelenen metinde gizli anlamları ve metni oluşturmada kullanılan yöntemleri açığa çıkarmaya çalışmasıyla da niteliksel yaklaşıma yakın durmaktadır. İçerik analizi, her iki yaklaşımı da kullanarak araştırma materyalini etkin bir şekilde denetler ve materyali çeşitli birimlere ayırarak incelemektedir.

İçerik analizinde, benzer verilerin belirli kavramlar ve temalar etrafında birleştirilip düzenlenerek anlamlandırılması sürecinde “kodlama” kritik bir rol oynamaktadır. Kodlama aracılığıyla verilerin altındaki kavramlar ve bunlar arasındaki bağlantılar ortaya çıkarılmaktadır. İçerik analizinde kodlama, literatüre dayalı bilgilerden yola çıkarak oluşturulmakta ve bu kodlar üzerinden örneklem grubu incelenmektedir. Buradan hareketle algı yönetiminde kullanılan yöntemler belirli kavramlarla kodlara dönüştürülerek temalar oluşturulmuştur. Bu aşamadan sonra veriler belirlenen kodlar ve temalarla birlikte açıklanmakta, yorumlanmakta ve tablo haline getirilerek görselleştirilmektedir. Tüm bu işlemlerin ardından elde edilen veriler bir rapor haline getirilmektedir. Bu

raporla birlikte, araştırmaya konu olan bulgu ve yöntemlere dair kodlamalarla, nitel ve nicel verilerle değerlendirmeler yapılmaktadır. Tüm bunların tamamlanmasıyla beraber araştırmanın konusu ve meselesi hakkında projeksiyonlarda bulunularak sonuçlara ulaşılmaktadır.

Haber başlıklarında kullanılan algı yönetimi ve manipülasyon tekniklerinden yola çıkarak belirli kodlar oluşturulmuştur. Bu bağlamda araştırmanın önceki bölümlerinde medyada algı yönetimi kuramcılarının ve araştırmacıların çalışmalarından yola çıkarak “Kriz Felaket”, “Çerçeveleme”, “Dilsel manipülasyon” ve “İmaj ve Anlam İnşası” temalarında haber başlıklarının algı yönetiminde nasıl kodlandıkları incelenmiştir. Bu kodlamalardan oluşturulan tablo, haber başlıklarında olan kodların tespit edilmesinde kullanılmış ve içerik analizinin sistemli bir şekilde temelini olmasını sağlamıştır.

**Tablo 2: Algı Yönetiminde Kullanılan Yöntemler**

| <b>Algı Yönetiminde Kullanılan Yöntemler</b> |                                             |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Kriz ve Felaket Teması                       | - Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı |
|                                              | - Kara Bölge Algısı                         |
|                                              | - Olumsuz İlişkilendirme                    |
|                                              | - Korku ve Güvensizlik Yaratma              |
| Çerçeveleme Teması                           | - Asimetrik Bilgi Sunumu                    |
|                                              | - Taraflı Seslendirme                       |
|                                              | - Seçici Temsil                             |
|                                              | - Seçici Vurgu                              |
| Dilsel Manipülasyon Teması                   | - Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı      |
|                                              | - Eupheizm (Örtmece)                        |
|                                              | - Dikotomi                                  |
|                                              | - Odak Kaydırma                             |
|                                              | - Dramatize Etme                            |
| İmaj ve Anlam İnşası Teması                  | - Meşrulaştırma                             |
|                                              | - Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma           |
|                                              | - Göreceli Mağduriyet                       |
|                                              | - Barışçıl Görünme                          |
|                                              | - Yüceltme-Basitleştirme                    |

Araştırma kapsamında hazırlanan bu tablodan referansla örneklem grubunu oluşturan 5 gazetenin haber başlıklarının incelenmesinde bu cetvel kullanılacaktır. Bu cetvelle bulguların nicel bir şekilde ortaya çıkarılması sağlanarak algı yönetiminde kullanılan yöntemlerin haber başlıklarında nasıl yer aldıklarını göstermeye imkan sağlanacaktır.

Algı yönetimi üzerinde akademik literatürden yola çıkılarak saptanan 4 kategoride toplam 20 kodun anlatı ögesi olarak MaxQDA programıyla haber başlıkları içerisinde ne sıklıkla bulunduğu sistemli bir veri olarak ortaya konmaktadır. Elde edilen bulgularla oluşturulan tablolarda kodların haber başlıklarının içinde var olmaları durumunda 1 (bir), olmamaları durumunda 0 (sıfır) kullanılırken kodların sıklıkları ise (frekansları) ise  $n=x$  şeklinde verilmektedir. Yine tabloların rahat bir şekilde yorumlanabilmesi ve verilerin 0 (sıfır)'lar arasında kaybolmaması için tablolarda bunun yerine düz çizgi (-) kullanılmaktadır. İçerik analizi yöntemiyle haber başlıklarındaki belirgin özellikler olan bulgular üstünden arka planda kalan ve anlatıyı pekiştiren öğeler vurgulanmaktadır. Ele alınan haber başlıklarının içindeki anlatıya hizmet eden hem belirgin hem de gizli anlamlar ortaya çıkarılmaktadır. Böylelikle gazetelerdeki haber başlıklarıyla verilmek istenen mesajın ne olduğu, mesajın anlamı ve içerikte temel vurgunun ne olduğu da tespit edilmektedir.

### 3.1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma sırasında gazetelerde yalnızca Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine dair haberler seçilmiştir. Bu amaçla gazetelerin çevrimiçi arşivleri incelenmiştir. Ancak bu sırada gazete arşivlerinden haber kategorisini veya ülkeleri seçememe sebebiyle, son bir yıl içerisinde yapılan ve arşive yüklenen tüm haberler arasından bölge haberleri seçilmiştir. Bu sebeple, çalışmanın verileri toplama aşaması planlanandan daha uzun bir sürede tamamlanmıştır. Algı yönetiminin yalnızca politik haberlerde yapılmaması sebebiyle spordan sanata, gündelik



yaşantıdan ekonomik haberler de çalışma içerisine dahil edilmiştir.

### 3.1.8. Araştırmanın Güvenilirliği

Güvenirlik ve geçerlilik, içerik analizinin kullanıldığı araştırmalarda önemli bir noktayı oluşturmaktadır. Geçerlilik, ölçülmek istenen verinin doğru bir şekilde ölçülmesi, güvenilirlik ise, ölçümün tekrarlandığında aynı sonuca ulaşılmasını ifade etmektedir (Atabek & Şendur Atabek, 2007, s. 14). Aynı konuda ve koşullarda yapılan iki ölçüm arasında bir farkın olmaması güvenilirliği, ölçüm yapan aracın araştırma problemine dair ölçüme uygun olması da geçerliliği oluşturmaktadır (Aziz, 2018, s. 59). Araştırmanın güvenilirliği, incelenen unsurların ya da olayların araştırmacı tarafından başka bir zamanda farklı bir yöntemle aynı kategorilere atanması veya farklı gözlemciler tarafından yine aynı kategorilerle ilişkilendirilmesi yoluyla sağlanmaktadır (Coşkun, Altunışık, Yıldırım, & Bayraktaroğlu, 2015, s. 325).

Denzin'e göre ise bir güvenilirlik için dört farklı cesitleme yöntemi kullanılmaktadır: Bunlar; araştırmacı cesitleme, veri kaynaklı cesitleme, yöntem cesitleme ya da teori cesitlemedir (1978). Miles ve Huberman göre; secilen araştırmacıların tespitlerinin incelemesinde ise Miles ve Huberman tarafından ortaya konulan (Güvenirlik = Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) formülü kullanılarak kodlayıcılar arasındaki uyum oranı saptanmaktadır (Miles & Huberman, 1994).

Bu araştırmanın güvenilirlik için araştırmacı çeşitleme yöntemiyle, araştırmacı tarafından ortaya konan kodların ve frekansların doğruluğu saptanmaya çalışılmıştır. Buna göre; öncelikle iki farklı araştırmacı seçilmiş, kitle iletişimi, uluslararası medya, propaganda ve algı yönetimiyle ilgili çalışmalar yapan birinci uzmandan, buna bağlamda belirlenen kodların seçilen haber başlıkları örneklerinin olup olmadığını değerlendirilmesi istenmiştir. Bunun tespit edilen kodlarla

güvenirliliği irdeleyen uzmanın ve araştırmacının kodları arasında benzerlik oranı %85 çıkmıştır. İkinci bir araştırmacı olarak yöntem bilimci uzmana da kodlar ve haber başlıkları da sorgulanması için verilmiş, sonucunda kod sıklığı tespit oranı ise %90 olarak belirlenmiştir.

### 3.2. Bulgular

#### 3.2.1. Haber Başlıklarında Algı Yönetiminin Gazetelere Göre Dağılımı

*Tablo 3: Haber Başlıklarında Algı Yönetimi*

| Haber Başlıklarında Algı Yönetimi |                   |                    |                     |              |                         |              |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------|-------------------------|--------------|
| Algı Yönetimi                     | Los Angeles Times | The New York Times | The Washington Post | USA Today    | The Wall Street Journal | TOPLAM       |
| Var                               | 154               | 202                | 158                 | 286          | 610                     | 1411         |
| Yüzde                             | % 13,44           | % 11,52            | % 9,03              | %11,79       | %36,70                  | %15,89       |
| Yok                               | 992               | 1544               | 1591                | 2247         | 1052                    | 7467         |
| Yüzde                             | % 86,56           | % 88,48            | % 90,97             | % 88,21      | % 63,30                 | %84,11       |
| TOPLAM                            | 1146<br>%100      | 1745<br>%100       | 1749<br>%100        | 2533<br>%100 | 1662<br>%100            | 8878<br>%100 |

Tabloda yer alan “Haber Başlıklarında Algı Yönetimi” başlıklı çalışma, belirli gazetelerde algı yönetimi içeren başlıkların varlık ve yokluk durumuna göre dağılımını göstermektedir. Los Angeles Times gazetesinde 154 başlıkta algı yönetimi bulunmuş olup, bu oran toplam başlıklar içinde %13,44 olarak hesaplanmıştır. 992 başlıkta ise algı yönetimi bulunmamakta olup, bu oran %86,56’dır. Toplamda bu gazetede başlık sayısı 1146’dır. The New York Times gazetesinde 202 başlıkta algı yönetimi tespit edilmiş ve bu oran %11,52 olarak verilmiştir. Algı yönetimi olmayan 1543 başlık ise %88,48 oranındadır. Gazetede toplam başlık sayısı 1745’tir. The Washington Post gazetesinde 158 başlıkta algı yönetimi olduğu belirlenmiş ve bu durum %9,03 olarak

ifade edilmiştir. Algı yönetimi olmayan başlık sayısı 1591 olup, bu oran %90,97'dir. Toplam başlık sayısı 1749'dur. USA Today gazetesinde 286 başlıkta algı yönetimi tespit edilmiş, bu da toplamın %11,79'una denk gelmektedir. 2247 başlıkta ise algı yönetimi bulunmamış ve bu oran %88,21 olarak verilmiştir. Bu gazetenin toplam başlık sayısı 2533'tür. The Wall Street Journal gazetesinde 610 başlıkta algı yönetimi bulunmuş olup, %36,70 oranında algı yönetimi içeren başlıklar tespit edilmiştir. Algı yönetimi içermeyen başlıkların sayısı 1052 olup, bu da %63,30'a karşılık gelmektedir. Bu gazetede toplam başlık sayısı ise 1662'dir. Genel toplamda ise 1411 başlıkta algı yönetimi olduğu tespit edilmiş ve bu başlıklar, toplam başlıkların %15,89'ini oluşturmaktadır. Algı yönetimi olmayan başlık sayısı 7467 olup, bu oran %84,11 olarak hesaplanmıştır. Tablodaki toplam başlık sayısı ise 8878'dir.

### **3.2.2. Algı Yönetiminin Haber Başlıklarındaki Dağılımına Dair Genel Değerlendirme**

Seçilen beş gazetede algı yönetimi tekniklerinin kullanıldığı oran, tüm haber başlıklarının toplamına oranla daha az görünmektedir. Ancak uluslararası itibarı ve konumu sebebiyle uluslararası okunma ve aboneliği en fazla olan gazetelerin belirgin bir şekilde, her haber başlığında manipülatif unsurlar kullanmasını beklemek doğru olmayacaktır. Bu durum seçilen gazeteleri diğer gazetelerden ayıran en önemli özelliktir. Hedef kitlenin tarafsız habere ulaşmak için güvendiği bu gazeteler, algı yönetimine konu olan haber başlıklarını çok sık kullanmadan, dikkat çekmeden yer vermektedir. Böylelikle tarafsız haber başlıkları arasında manipülatif haberleri ayırmak zorlaşmaktadır. Buna göre değerlendirildiğinde, toplam haber başlıkları içerisinde yer alan algı yönetimi tekniklerinin tespit edildiği haber başlıklarının toplumsal algıyı dikkat çekmeden yönlendirmek için yeterli olduğunu ve böylelikle daha etkili olacağını söylemek mümkündür.

### 3.2.3. Algı Yönetiminde Kullanılan Yöntemler

**Tablo 4: Algı Yönetiminde Kullanılan Yöntemler ve Gazetelere Göre Dağılımı**

| Algı Yönetiminde Kullanılan Yöntemler ve Gazetelere Göre Dağılımı |                   |                    |                     |                  |                         |                    |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|------------------|-------------------------|--------------------|
| Yöntem Türü                                                       | Los Angeles Times | The New York Times | The Washington Post | USA Today        | The Wall Street Journal | TOPLAM             |
| Kriz ve Felaket Teması                                            | 59 (%14)          | 58 (%14)           | 50 (%12)            | 84 (%20)         | 170 (%40)               | 421 (%100)         |
| Çerçeveleme Teması                                                | 13 (%6)           | 50 (%21)           | 30 (%9)             | 75 (%32)         | 66 (%28)                | 234 (%100)         |
| Dilsel Manipülasyon Teması                                        | 33 (%11)          | 33 (%11)           | 19 (%6)             | 49 (%18)         | 153 (%54)               | 288 (%100)         |
| İmaj ve Anlam İnşası Teması                                       | 49 (%11)          | 61 (%13)           | 59 (%12)            | 78 (%17)         | 221 (%47)               | 468 (%100)         |
| <b>TOPLAM</b>                                                     | <b>154 (%10)</b>  | <b>202 (%14)</b>   | <b>158 (%12)</b>    | <b>286 (%20)</b> | <b>610 (%44)</b>        | <b>1411 (%100)</b> |

Tabloya göre, algı yönetiminde kullanılan dört temel yöntem farklı gazetelerde belirli oranlarda yer almaktadır. “Kriz ve Felaket Teması” toplamda 421 kez kullanılmış olup, bu yöntemin dağılımı Los Angeles Times’ta %14 (59), The New York Times’ta %14 (58), The Washington Post’ta %12 (50), USA Today’de %20 (84) ve The Wall Street Journal’da %40 (170) şeklindedir. “Çerçeveleme Teması” toplamda 234 kez kullanılmıştır. Bu yöntem Los Angeles Times’ta %6 (13), The New York Times’ta %21 (50), The Washington Post’ta %13 (30), USA Today’de %32 (75) ve The Wall Street Journal’da %28 (66) oranında görülmektedir. “Dilsel Manipülasyon Teması” ise toplamda 288 kez kullanılmış olup, Los Angeles Times’ta %11 (33), The New York Times’ta %11 (33), The Washington Post’ta %6 (19), USA Today’de %16 (49) ve The Wall Street Journal’da %54 (153) oranında kullanılmıştır. Son olarak, “İmaj ve Anlam İnşası Teması” toplamda 468 kez yer almakta ve Los Angeles Times’ta %11 (49), The New York Times’ta %13 (61), The Washington Post’ta %12 (59), USA Today’de %17 (78) ve The Wall Street Journal’da %47 (221) oranında bulunmaktadır.

Genel toplamda bu yöntemler 1411 kez kullanılmış ve gazeteler arasındaki toplam dağılım; Los Angeles Times'ta %10 (154), The New York Times'ta %14 (202), The Washington Post'ta %12 (158), USA Today'de %20 (286) ve The Wall Street Journal'da %44 (610) olarak şekillenmiştir.

### 3.2.4. Kriz ve Felaket Teması ile Algı Yönetimi

*Tablo 5: Kriz ve Felaket Teması*

| Kriz ve Felaket Teması                    |                    |                    |                     |                    |                         |                      |
|-------------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|
| Yönteme Dair Kodlar                       | Los Angeles Times  | The New York Times | The Washington Post | USA Today          | The Wall Street Journal | TOPLAM               |
| Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı | 1(n=23)            | 1(n=20)            | 1(n=26)             | 1(n=31)            | 1(n=29)                 | <b>129</b><br>(%31)  |
| Kara Bölge Algısı                         | 1(n=15)            | 1(n=13)            | 1(n=4)              | 1(n=14)            | 1(n=31)                 | <b>77</b> (%18)      |
| Olumsuz İlişkilendirme                    | 1(n=6)             | 1(n=7)             | 1(n=7)              | 1(n=18)            | 1(n=59)                 | <b>97</b> (%23)      |
| Korku ve Güvensizlik Yaratma              | 1(n=15)            | 1(n=18)            | 1(n=13)             | 1(n=21)            | 1(n=51)                 | <b>118</b><br>(%28)  |
| <b>TOPLAM</b>                             | <b>59</b><br>(%14) | <b>58</b><br>(%14) | <b>50</b> (%12)     | <b>84</b><br>(%20) | <b>170</b><br>(%40)     | <b>421</b><br>(%100) |

Tabloda yer alan “Kriz ve Felaket Teması” başlıklı çalışma, farklı gazetelerde “Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı”, “Kara Bölge Algısı”, “Olumsuz İlişkilendirme” ve “Korku ve Güvensizlik Yaratma” kodlarına dayanan içeriklerin dağılımını göstermektedir.

Bu tabloya göre; bu temada bulunan kodlar en fazla 170 haber başlığıyla The Wall Street Journal olarak belirlenmiştir. Bunu sırayla; USA Today 84, Los Angeles Times 59, The New York Times 58 ve The Washington Post ise 50 haber başlığıyla takip eden gazeteler olarak saptanmıştır. “Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı” için Los Angeles Times gazetesinde 23, The New York Times'ta 20, The Washington Post'ta 26, USA Today'de 31 ve The Wall Street Journal'da 29 içerik

tespit edilmiştir. Toplamda, 129 içerik bulunurken, bu tema altında en fazla kullanılan kod olduğu belirlenmiştir.

“Kara Bölge Algısı” kategorisinde, Los Angeles Times 15, The New York Times 13, The Washington Post 4, USA Today 14 ve Wall Street Journal 31 haber başlığına rastlanılmıştır. Bu tema altında toplam 77 içerik yer almaktadır. “Olumsuz İlişkilendirme” kategorisinde, Los Angeles Times 6, The New York Times 7, The Washington Post 7, USA Today 18 ve The Wall Street Journal 59 başlık saptanmış, toplam içerik sayısı ise 97 olarak belirlenmiştir. “Korku ve Güvensizlik Yaratma” ise, Los Angeles Times 15, The New York Times 18, The Washington Post 13, USA Today 21 ve The Wall Street Journal 51 içerikle yer almış, toplamda, bu tema altında 118 içerik bulunmuştur. Sonuç olarak, tablo genelinde tüm kategorilerde yer alan toplam içerik sayısı şu şekildedir: Los Angeles Times 59, The New York Times 58, The Washington Post 50, USA Today 84 ve The Wall Street Journal 170 içerik üretmiştir. Kriz ve Felaket Teması’nda tablodaki toplam içerik sayısı ise 421 olarak belirlenmiştir.

*Los Angeles Times*’daki “Pro-Palestinian protests grow at California campuses as opposing demonstrators clash at UCLA” başlığı “Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı” çerçevesinde değerlendirildiğinde, başlıkta kullanılan dilin toplumsal gerilim ve fiziksel çatışma ihtimalini vurguladığı görülmektedir. Başlıkta, farklı toplumsal kesimlerin karşı karşıya geldiği bir durumu ve bu durumun potansiyel şiddet içeren sonuçları sunulmaktadır.

Başlıkta öne çıkan “clash” (çatışma) kelimesi, fiziksel ya da duygusal olarak zıt görüşte olan iki grubun bir araya geldiğinde yaşanabilecek şiddetli karşılaşmayı, çatışmayı ifade etmektedir. “Clash”, güçlü bir kelime olup genellikle iki tarafın sadece fikrî olarak değil, fiziksel ya da agresif bir şekilde karşı karşıya geldiğini çağrıştırmaktadır. Bu da alıcının protestoları sadece bir ifade özgürlüğü eylemi değil, aynı

zamanda çatışma ve gerilim kaynağı olarak algılamasına sebep olmaktadır.

Başlıkta yer alan “Protests grow” (Protestolar büyüyor) ifadesi, toplumsal huzursuzluğun ve tepkilerin yoğunlaştığını bildirmektedir. Protestoların büyümesi, yalnızca eylemcilerin sayısının artmasını değil, aynı zamanda gerilimin de yükselmesini ifade ederken, protestoların daha geniş çaplı bir toplumsal çatışmaya dönüşme potansiyelini de vurgulamaktadır.

Başlıktaki “opposing demonstrators” (karşıt göstericiler) ifadesi ise iki zıt grubun karşı karşıya geldiğini ve bu gruplar arasındaki çatışmanın kaçınılmaz bir şekilde tırmanabileceğini ihtimalini söylerken, karşıt görüşlerin çatıştığı bir ortamda, şiddetin ve toplumsal huzursuzluğun artacağı beklentisi yaratılmaktadır. Özellikle Filistin yanlısı protestolar gibi politik ve ideolojik olarak hassas bir konuda, iki zıt grubun çatışması, toplumdaki farklı görüşlerin sert bir şekilde karşı karşıya geldiğini göstermektedir. Böyle bir ifade, okuyucuların toplumsal olayları sadece bir protesto veya ifade özgürlüğünün somut bir eylemi değil, aynı zamanda kutuplaşmanın ve çatışmanın derinleştiği bir durum olarak görmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak; protestoların şiddetle sonuçlanma ihtimaline odaklanan başlık; “Clash”, “opposing demonstrators” ve “protests grow” gibi ifadelerle kullanılan dil, protestoların ve toplumsal hareketlerin barışçıl boyutlarını geri planda bırakarak, çatışmayı öne çıkaran bir medya söylemi oluşturmaktadır.

*The New York Times* gazetesinde yer alan “Blood Spilled, New York’s Left Faces Pressure to Pick a Side” haber başlığı, “Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı” çerçevesinde incelendiğinde; şiddetin doğrudan fiziksel belirtisine ve ideolojik çatışmaya vurgu yapmaktadır. “Blood Spilled” (Kan Döküldü) ifadesi, sadece soyut bir yansımayı veya gerilimi değil, aynı zamanda somut bir şiddet eyleminin algısını oluşturmaktadır. Başlığın henüz girişinde “kan”

ifadesinin geçmesi okuyucuda güçlü bir şiddet duygusunu harekete geçirmektedir. Bu ifade, fiziksel şiddeti değil, aynı zamanda “Sol”un, bu şiddet olaylarına tepkisi ve seçeceği taraf başlığın merkezinde yer alırken politik yansımalarını da vurgulamaktadır.

Başlıkta kullanılan “New York’s Left Faces Pressure to Pick a Side” (New York’un Solu Taraf Seçme Baskısıyla Karşı Karşıya) ifadesi ise ideolojik çatışmanın kaçınılmazlığının altı çizilirken, bu çatışma içerisinde bir tarafa tutulmasının gerekliliği de vurgulanmaktadır. Bu dil, toplumdaki kutuplaşmayı ve ideolojik farklılıkların artık bir çatışma noktasına geldiğini öne sürmektedir. “Pressure to pick a side”, mevcut çatışmanın yalnızca fiziksel bir boyutunu değil, toplumsal ve siyasi bir baskının da varlığını vurgulamaktadır.

*The Washington Post*’taki “Tensions ‘beginning to boil’ in Gaza as fears of new conflict mount” başlığı, Gazze’deki gerginliği ve olası bir çatışmanın yakınlığını vurgularken, okuyucuda da bu gerginliği yaratmaktadır. Başlıktaki “Tensions ‘beginning to boil’” (Gerilim “kaynamaya başlıyor”) ifadesi, bir metafor olarak kullanılmış, şiddetli bir patlama öncesi gerilimi artıran bir durum vurgusu yapılmaktadır. “Boil” (kaynama) kelimesi ve bunun tırnak içerisinde alınarak vurgulanması, tırmanan gerilimin tehlikeli bir eşiğe geldiğini ve kontrol edilemeyecek bir duruma dönüştüğüne dair bir algı yaratmakta, durumun yakında politik, diplomatik ve fiziksel olarak şiddetli bir çatışmaya dönüşeceği beklentisi de oluşturulmaktadır.

Başlıktaki “fears of new conflict mount” (yeni bir çatışma korkuları artıyor) ifadesi, bölgedeki durumun yalnızca gerginlik seviyesinde kalmayacağı, aynı zamanda yeni çatışmaların da doğacağı yönünde bir anlatı oluşturmaktadır. Çatışma korkusunun artışı, mevcut durumun daha da kötüleşeceği ve daha büyük bir şiddet dalgasının geleceği algısını güçlendirmektedir. Başlıktaki bu dil ile Gazze’de yaşanan durumu sadece bölgesel bir sorun olarak değil,



küresel bir endişe kaynağı olarak sunulmaktadır. Özellikle bu başlık, bölgedeki durumu hızla kötüleşen ve uluslararası müdahale ya da dikkat gerektiren bir kriz olarak sunmaktadır.

Gazze gibi bölgelerde, medya genellikle çatışma beklentisini tırmandırarak uluslararası kamuoyunda bir “aciliyet” duygusu yaratmaktadır. “New conflict” (yeni çatışma) ifadesiyle çatışma döngüsü sürekli devam eden bir şiddet algısı hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunda inşa edilmektedir. “Tensions beginning to boil” gibi ifadeler, bu tür çatışmaların kontrol edilemez ve sürekli artan bir kriz durumu yarattığına dair bir algı geliştirilmesine neden olmaktadır. “Tensions ‘beginning to boil’ in Gaza as fears of new conflict mount” başlığı, şiddet ifadeleri ve çatışma odaklı anlatının bir başka tipik bir örneğidir. “Boil” ve “fears of new conflict” gibi ifadeler, Gazze’deki gerilimin artarak kaçınılmaz bir çatışmaya dönüşeceği mesajını verirken, küresel kamuoyunu olası bir krizle yüzleştirmektedir. Bu dil hem bölgedeki çatışmanın ciddiyetini vurgulamakta hem de medya aracılığıyla uluslararası toplumun dikkatini çekmeye yönelik bir algı yönetimi stratejisi olarak hizmet etmektedir.

*USA Today*’de bu kodlamaya uygun örneklerden biri olarak ele alınan haber başlığı “Netanyahu vows to ‘fight with fingernails’ after Biden threatens to withhold weapons”, güçlü bir dil kullanılarak liderler arasında yükselen gerilimi agresif bir şekilde yansıttığı görülmektedir. Bu başlık, sadece liderler arası diplomatik bir anlaşmazlıktan bahsetmekle kalmayıp, bunu şiddetli bir çatışma metaforuyla sunarak dikkat çekmektedir.

Başlıkta yer alan “fight with fingernails” (tırnaklarla savaşmak) ifadesi, doğrudan fiziksel bir şiddet eylemini imaj olarak yaratılmasını sağlarken aynı zamanda son derece agresif bir savunma tutumunu yansıtan bir metafor olarak öne çıkmaktadır. Bu ifade, Başbakan Netanyahu’nun kararlılığını gösterirken, aynı zamanda çatışma söylemini güçlendiren

ve olası şiddetli bir mücadeleyi işaret eden bir dil sahiptir. Netanyahu'nun "tırnaklarla savaşma" kararlılığı ve Biden'ın silah yardımıyla tehdit etmesi, iki tarafın da uzlaşma yerine çatışmayı tercih ettiği izlenimini pekiştirirken okuyucuda, sorunun barışçıl bir çözüm yerine şiddetli bir sona doğru ilerlediği algısını yaratmaktadır.

Başlığın bir diğer önemli kısmı, "Biden threatens to withhold weapons" (Biden silahları vermemekle tehdit ediyor) ifadesidir. Bu, iki lider arasında askeri güç ve silah desteği gibi kritik bir mesele üzerinden yaşanan gerilimi yansıtmaktadır. Silah yardımı gibi unsurların tehdit olarak kullanılması, diplomatik gerginliğin bile şiddet unsurları üzerinden yürütüldüğünü göstermektedir. Bu başlıktaki üslupla, diplomasi ve müzakere değil, silahlar ve savaş ön plana çıkmaktadır. Bu durum, şiddet, güç mücadelesi ve çatışma odaklı bir anlatıyı pekiştirmektedir.

Başlıktaki "vows to fight" (savaşaacağına söz veriyor) ifadesi, Netanyahu'nun liderlik imajını güçlendiren bir anlatı oluştururken, küresel medyada liderlerin güçlü, kararlı ve çatışmaya hazır figürler olarak sunulmasıyla ilişkili bir algı yönetimi stratejisine örnek olarak göstermek mümkündür.

Bu başlık hem Netanyahu hem de Biden arasındaki gerilimini betimlerken olayın diplomatik yanını arka plana iterek şiddet odaklı bir anlatıyı ön plana çıkarmaktadır. "Fight with fingernails" ve "threatens to withhold weapons" gibi ifadeler, anlaşmazlığı diplomatik bir müzakere yerine çatışma ve şiddet üzerinden ele alan bir medya söylemi kurmaktadır.

*The Wall Street Journal*'daki "U.S. to Send More Warships, Marines to Middle East Amid Rising Tensions with Iran" başlığı "Şiddet İfadeleri ve Çatışma Odaklı Anlatı" çerçevesinde değerlendirildiğinde, başlıkta kullanılan dilin belirgin şekilde gerilim ve çatışma üzerine kurulu olduğu görülmektedir. Bu tür bir başlık, uluslararası ilişkilerdeki gerilimleri ve olası şiddet içerikli gelişmeleri vurgulamakta,

belirli stratejik ve politik mesajlar içermektedir. Başlıkta doğrudan “warships” (savaş gemileri) ve “Marines” (deniz piyadeleri) gibi askerî terimler kullanılarak, güç gösterisi ve şiddet içeren müdahaleye yönelik bir hazırlık veya tehdit algısı yaratılmaktadır. Bu terimler, askeri eylemleri ve olası şiddeti ima eden ifadeler olup, okuyucunun dikkatini tırmanan bir çatışma olasılığına çekmektedir.

Başlıkta yer alan “Rising Tensions” (artan gerilim) ifadesi, iki ülke arasındaki ilişkilere dair artan bir düşmanlık ve çatışma potansiyeline işaret etmektedir. “Tensions” kelimesi, diplomatik yollarla çözülmesi zor görünen bir durumun ciddiyetini vurgulamakta ve okuyucuda belirsizlik, endişe ve olası çatışma beklentisi yaratmaktadır. Başlık, İran ile ABD arasındaki gerilimin sadece diplomatik bir sorun olmadığını, aynı zamanda askerî müdahaleyi içerebilecek bir duruma dönüştüğünü belirtmektedir. Bu anlatı, bölgesel ve küresel düzeyde bir çatışma çıkabileceği algısını güçlendirmekle birlikte, okuyucuda tehdit algısını pekiştirmektedir. Ayrıca, ABD’nin bölgedeki varlığını ve askeri kapasitesini artırma kararı, bir güç gösterisi olarak değerlendirilirken karşı tarafın bu hamleye vereceği tepki hakkında spekülasyonlara zemin hazırlamaktadır.

Başlıkta verilen bilgiler, medyada yer alan şiddet ve çatışma odaklı anlatıların bir parçası olarak değerlendirilirken, bu tür başlıklar hem çatışma olasılığını artıran hem de farklı taraflar arasında gerilimi tırmandıran bir anlatıya katkıda bulunmaktadır. Özetle, bu başlık, şiddet ifadeleri ve çatışma odaklı bir anlatı çerçevesinde değerlendirildiğinde, ABD’nin askerî müdahale hazırlığını ve bölgede artan gerilimi vurgulayan bir dil kullanmaktadır. Bu dil, iki taraf arasındaki gerilimleri tırmandırmaya yönelik bir imaj yaratmakta ve olası bir çatışmanın zeminini hazırlamaktadır.

Algı yönetiminde bu tema altında kullanılan Kara Bölge Algısı’na dair *Los Angeles Times* gazetesinin “IMF downgrades outlook for ‘limping’ world economy, with Mideast posing

new challenge” haber başlığı incelendiğinde, Orta Doğu’nun dünya ekonomisindeki etkisi ve küresel krizlere katkısı bağlamında belirli bir olumsuz imaj yaratma stratejisi içerdiği görülmektedir. Bu başlık, dünya ekonomisinin genel durumu üzerinden Orta Doğu’nun potansiyel tehdit ve sorun kaynağı olduğu algısını pekiştirmeye yönelik bir çerçeve sunmaktadır.

Başlıktaki “with Mideast posing new challenge” (Orta Doğu’nun yeni bir zorluk teşkil etmesi) ifadesi, Orta Doğu’nun küresel istikrarsızlık ve ekonomik zorluklar için bir sorun kaynağı olduğu algısını pekiştirmektedir. Orta Doğu’nun “yeni bir zorluk” olarak sunulması, bölgenin sürekli kriz yaratan bir yer olarak algılanmasına yol açmaktadır. Bu algı, bölgede gerçekleşen çatışmalar, enerji krizi veya siyasi istikrarsızlık gibi olguların, dünya ekonomisine zarar veren faktörler olduğu düşüncesini güçlendirirken, Orta Doğu’nun küresel medya söylemlerinde sürekli olarak sorunlarla ilişkilendirilmesi, bölgeyi “kara bölge” olarak tanımlayan bir algı inşa etmektedir.

Başlıkta kullanılan “limping world economy” (aksayan dünya ekonomisi) ifadesi, küresel ekonominin halihazırda zayıf ve kırılğan bir durumda olduğunu vurgularken, Orta Doğu’nun bu zayıflığa eklenen yeni bir tehdit unsuru olduğu algısını yaratmaktadır. Orta Doğu’nun “zorluk teşkil etmesi”, dünya ekonomisinde toparlanmanın zorlaştığı ve Orta Doğu’nun bu krize katkıda bulunduğu mesajını vermektedir. Bu söylem, küresel ekonomik sorunların bir kısmının Orta Doğu kaynaklı olduğunu ima ederken bölgeyi olumsuz bir çerçeveye yerleştirmektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Searching for Humanity in the Middle East” başlığı değerlendirildiğinde, Orta Doğu’nun kaotik, şiddet dolu ve insani değerlerin yitirildiği bir bölge olduğu algısını güçlendiren bir yaklaşım içerdiği söylemek mümkündür. Çünkü başlık, Orta Doğu’nun insanlığın “kaybolduğu” ya da “bulunmasının zor olduğu bir yer” mesajını verirken, bölgeye yönelik negatif bir algı

sunmaktadır. Bu tür bir söylem, Orta Doğu'daki sorunların derinliğini ve karmaşıklığını basitleştirmekte bölgede yaşanan çatışmalar, toplumsal zorluklar ve insani krizleri, insanlık dışı bir gerçekliğin sonucu gibi sunmaktadır. Bu, bölgeye dair uzun süredir var olan “tehdit” ve “kriz” merkezli bir imajı daha da pekiştirmektedir.

Başlıkta “Searching for Humanity” ifadesinin kullanılması, Orta Doğu’da yaşanan insan hakları ihlalleri, savaşlar, mülteci krizleri ve şiddet olaylarına atıfta bulunurken, bölgede yaşanan zorlukların ve şiddetin bölgede “insanlığa” dair bir eksiklikten kaynaklandığı ilişkisini kurdurmaktadır. Bu tür bir anlatı, okuyucunun Orta Doğu’yu sürekli olarak kriz ve şiddetle ilişkilendirmesine yol açarak, olağanın dışına iten bir algı oluşturmaktadır. İnsani değerlerin “aranıyor” olması, o değerlerin normalde var olmadığı veya baskılandığı bir ortamın yaratıldığı mesajını vermektedir. Bunun, Orta Doğu’yu “insani değerlerin kaybolduğu” kara bölge olarak gösteren bir medyada algı yönetimi stratejisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu başlıkla, insani yardım ve müdahale gereksinimini de çağrıştırabilir. “İnsanlık arayışı”, bölgenin kurtarılması veya yeniden inşa edilmesi gereken bir yer olduğu algısını güçlendirebilmektedir.

“Searching for Humanity” ifadesi, bu olağanüstülüğü, bölgenin kaotik ve düzensiz yapısını daha da vurgulamaktadır. Bu, okuyucuların Orta Doğu’yu insani deneyimlerin zayıf olduğu, insanlığın kaybolduğu veya bozulduğu bir yer olarak algılamasına neden olabilir. “İnsanlığı aramak” gibi bir ifade, sanki insanlık değerlerinin kaybolduğu ve bulunmasının zor olduğu bir bölgeyi işaret etmektedir. Bu anlatı, umutların azaldığı ve bölgenin kalıcı bir krizde olduğu algısını güçlendirirken; medyada bu tür dil kullanımları, izleyici kitesinde bölgeye dair endişe, korku ve umutsuzluk hislerini beslemekte, bölgeye dair olumsuz algı yaratılmasına neden olmaktadır.

*The Washington Post* gazetesinde yer alan “Mideast teeters on the brink of wider war as Iran ponders its options” haber başlığı, “Kara Bölge Algısı” stratejisinin güçlü bir örneği olarak değerlendirilebilir. Bu başlık, Orta Doğu’nun geniş çaplı bir savaşa sürüklendiğini ima ederken, özellikle İran’ı bir tehdit unsuru ve istikrarsızlığın merkezi olarak öne çıkarmaktadır.

Başlıkta yer alan “teeters on the brink of wider war” (daha geniş bir savaşın eşiğinde) ifadesi, Orta Doğu’nun daimi bir savaş ve kriz bölgesi olduğu algısını güçlendirmektedir Orta Doğu’nun sürekli savaşın eşiğinde olduğu mesajı, bölgeyi küresel düzeyde bir kaos kaynağı olarak tanımlamaktadır. Bu başlık, bölgenin büyük bir savaşa doğru hızla ilerlediği izlenimini verirken ve Orta Doğu’nun dünya barışını tehdit eden istikrarsız bir alan olarak algılanmasına yol açmaktadır.

Başlıkta kullanılan “as Iran ponders its options” (İran seçeneklerini düşünürken) ifadesi, İran’ı bir savaşın patlak vermesinde önemli bir aktör olarak konumlandırmaktadır. Başlıkta, İran’ın seçeneklerini değerlendirdiği belirtilirken, bu ülkenin bölgedeki istikrarı bozan başlıca güçlerden biri olduğu da vurgulanmaktadır. İran’ın geniş çaplı bir savaşta kilit bir aktör olabileceği mesajı, ülkenin sadece bölgesel değil, küresel düzeyde bir tehdit olduğu algısını yaratmaktadır. Bu tür bir dil, İran’ın agresif ve hesapçı bir dış politika izlediğini ima ederken küresel medyada oluşturulan İran karşıtı anlatının bir parçası olmuştur. Bu da “Kara Bölge Algısı”nın belirli ülkeler (örneğin İran) üzerinden nasıl pekiştirildiğini göstermektedir. İran’ın bölgedeki çatışmaların potansiyel tetikleyicisi olarak sunulması, Orta Doğu’yu sürekli kriz içinde gösteren algı inşasının bir parçasıdır.

Başlıktaki “wider war” (daha geniş bir savaş) ifadesi, Orta Doğu’daki krizlerin sadece yerel değil, küresel bir savaşa dönüşme potansiyelini ifade etmektedir. Bu, bölgedeki istikrarsızlığın dünya barışını tehdit eden bir niteliğe sahip olduğu algısını yaratmaktadır. Bu kodun temel özelliklerinden biri, belirli bir bölgedeki krizlerin sadece yerel sınırlarla sınırlı

kalmayıp, geniş çapta etkiler doğurabileceği düşüncesidir. Orta Doğu'daki çatışmaların küresel bir krize dönüşme tehlikesi, bu algının merkezinde yer almaktadır.

Bu tür bir başlık, bölgedeki her kriz veya gerginliğin dünya düzenini tehdit edebileceği mesajını vermektedir. Bu da küresel medyada Orta Doğu'nun sürekli bir istikrarsızlık kaynağı olarak algılandığını göstermektedir. Savaşın genişleme tehlikesi, Orta Doğu'yu dünya siyasetinin merkezi bir sorunu olarak çerçevelemekte ve bölgedeki her olayın potansiyel olarak küresel bir kriz yaratabileceği imajını güçlendirmektedir.

Başlıktaki “teeters on the brink” (eşiğinde olmak) ifadesi, istikrarsız ve kırılgan bir durumu vurgularken, okuyucunun zihninde aniden patlak verebilecek bir kriz senaryosu çizmektedir. Orta Doğu'nun sürekli bir patlama noktasında olduğu ve sadece bir adım ötesinde geniş çaplı bir felaketin yaşanacağı algısı, medya aracılığıyla bilinçli bir şekilde işlenmektedir. Bu tür bir dil, bölgenin daimi bir tehdit altında olduğunu ve bölgedeki istikrarın neredeyse imkânsız olduğunu söylemektedir. “On the brink of wider war” ifadesi, bölgenin sürekli bir çatışma riski taşıdığı ve bu durumun hiç bitmeyeceği algısını pekiştirmektedir.

*USA Today*'de yer alan “Child stabbed; antisemitic events: How Mideast war fuels U.S. hate” haber başlığını “Kara Bölge Algısı”na göre değerlendirdiğimizde; Orta Doğu'daki savaşın etkilerini yalnızca bölgeyle sınırlamayıp, bu çatışmanın ABD içinde bile nefret suçlarını artıran bir unsur olduğu mesajını vermektedir. Burada, Orta Doğu'daki savaşı küresel düzeyde bir kriz olarak niteleyip, dünyanın diğer bölgelerine yayılan bir tehdit olarak algılatma stratejisi izlenmektedir.

Başlıktaki “How Mideast war fuels U.S. hate” (Orta Doğu savaşı ABD'deki nefreti nasıl körüklüyor) ifadesi, Orta Doğu'daki çatışmaların doğrudan Amerika'daki antisemitik olaylara ve şiddet eylemlerine yol açtığı iddiasını

öne sürmektedir. Bu anlatım, Orta Doğu’yu sadece yerel bir savaş alanı olarak değil, küresel nefret ve şiddet dalgasının kaynağı olarak sunmaktadır. Başlık, Orta Doğu’daki savaşın dünya genelinde nefret suçlarını tetikleyebilecek kadar geniş çaplı etkileri olduğunu ifade etmektedir. Bu da bölgenin uluslararası güvenliği ve toplumsal barışı tehdit eden bir yer olarak algılanmasına yol açmaktadır. Orta Doğu, bu tür bir dil kullanımıyla küresel ölçekte kriz yaratan bir bölge olarak tanımlanmaktadır

Başlıkta geçen “Child stabbed” (Bir çocuk bıçaklandı) ifadesi, şiddetin ABD’deki bireylerin yaşamlarına doğrudan bir tehdit oluşturacak şekilde somutlaştığını göstermektedir. Bir çocuğun bıçaklanması gibi trajik bir olayın başlığa yerleştirilmesi, okuyucuda duygusal bir tepki uyandırırken, Orta Doğu’daki savaşın ABD içindeki şiddeti nasıl artırdığına dair dramatik bir bağ da kurmaktadır. Bu, şiddetin ve krizlerin Orta Doğu’dan taşarak Batı’ya yayıldığı algısını pekiştirmektedir. Böylece, Orta Doğu’nun kaosu ve çatışmasının sınırları aşarak küresel toplumsal düzeni tehdit ettiği mesajı verilmektedir.

Başlıktaki “antisemitic events” (antisemitik olaylar) ifadesinin kullanılmasıyla, Orta Doğu’daki savaşın ABD’deki toplumsal kutuplaşmayı artırdığını ve nefret suçlarına zemin hazırladığını belirtmektedir. Burada, Orta Doğu’daki çatışmaların sadece fiziksel savaşlarla sınırlı kalmayıp, ideolojik ve etnik nefreti de körüklediği iddiası öne çıkarılmaktadır. Bu, Orta Doğu’nun sadece kendi iç sorunlarıyla değil, dünyanın diğer bölgelerindeki toplumsal sorunlara da doğrudan etki eden bir bölge olduğu mesajını güçlendirmektedir.

“Child stabbed; antisemitic events: How Mideast war fuels U.S. hate” başlığı, Orta Doğu’daki savaşların küresel düzeyde nefret ve şiddeti artırdığı mesajını verirken, bölgenin krizlerinin Batı’ya yayılan bir tehdit olarak sunulmasına dayalı bir Kara Bölge Algısı oluşturmaktadır



*The Wall Street Journal*'daki "Cease-Fire Won't Bring Peace to the Middle East" başlığı, "Kara Bölge Algısı" oluşturma bağlamında oldukça belirgindir. Başlıktaki "Cease-Fire Won't Bring Peace" ifadesi, bölgenin geçici barış girişimlerinin kalıcı bir çözüm getirmeyeceği ve çatışmaların süreklilik arz edeceği vurgusunu yapmaktadır. Bu, vurgu ise temel unsurlarından biri olan "kalıcı kaos" algısını beslemektedir. Orta Doğu'nun bu anlatıya göre ateşkes gibi olumlu adımlarla bile normalleşmeyeceği, yani çözümsüz bir bölge olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu başlık, Orta Doğu'nun barışa ulaşmasının imkânsız olduğu ve sürekli bir istikrarsızlık içinde kalacağı mesajını vermektedir. Barışın imkânsız olduğunun altı çizilerek, Orta Doğu'nun küresel güvenlik ve istikrar için sürekli bir tehdit olarak algılanması sağlanmaktadır. Başlığın temel söylemi olan "Cease-Fire Won't Bring Peace", Orta Doğu'nun ateşkes gibi barış girişimlerinin bile kalıcı bir çözüme ulaşamayacağı bir bölge olduğu mesajını iletmektedir. Başlık, Orta Doğu'nun barışa erişemeyeceği ve bu durumun kaderi olduğu fikrini güçlendirmektedir. "Cease-Fire" gibi önemli bir barış adımının bile bölgede barış getiremeyeceği mesajı, bölgenin kaderinin daima istikrarsızlık ve kaos olduğu algısını pekiştirmektedir.

"Cease-Fire Won't Bring Peace to the Middle East" başlığı, Orta Doğu'yu çözümsüz, sürekli kriz ve kaos içinde bir bölge olarak tanımlayarak Kara Bölge Algısı'nı güçlendirmektedir. Başlık, barışın imkânsızlığına vurgu yaparak, bölgenin daimi bir istikrarsızlık kaynağı olduğu mesajını verirken; Orta Doğu'nun küresel medyada sürekli olarak olumsuz bir imajla anılmasına ve bölgeye yönelik karamsar bir bakış açısının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Medyanın bu tür başlıklarla inşa ettiği algı, bölgenin barışa ulaşamayacağına dair bir umutsuzluk yaratırken, Orta Doğu'nun dünya çapında güvenlik ve istikrar için kalıcı bir tehdit olduğu fikrini de benimsetmektedir.

Algı yönetiminde kullanılan “Olumsuz İlişkilendirme” koduna dair *Los Angeles Times* gazetesinde yer alan “Gazan thank U.S. campus protesters. Israel condemns what sees as ‘Nazi-like behavior’” başlığı, İsrail’in ABD’deki Filistin yanlısı protestoları “Nazi benzeri” davranışlar olarak nitelendirmesiyle, olayları İkinci Dünya Savaşı’nın en korkunç ve toplumsal hafızada en derin iz bırakan unsurlarından biri olan Nazizm’le ilişkilendirmektedir. Nazizm, küresel çapta insanlık tarihinin en karanlık dönemlerinden biri olarak kolektif hafızaya yerleşmiş; özellikle Yahudi soykırımı (Holokost) ve İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazilerin gerçekleştirdiği insanlık dışı eylemler, bu rejimi modern çağın en büyük kötülüğü ile özdeşleştirilmektedir. Bu bağlamda, Filistin yanlısı gösterilerin “Nazi benzeri” olarak tanımlanması, geçmişin aşırı derecede olumsuz bir olayının, güncel bir siyasi ve toplumsal olayı negatif bir çerçeveye sokmak için kullanıldığını göstermektedir. Bu tür bir kıyaslama, protestocuların davranışlarını daha geniş bir ahlaki ve tarihsel bağlamda kınamak için kullanılırken, olayları nesnel bir bakış açısından uzaklaştırarak duygusal ve toplumsal travmaların tekrar hatırlatılması yoluyla algı yönetimi yapılmaktadır.

“as ‘Nazi-like behavior’” (Nazi benzeri davranışlar) ifadesi, İsrail’in protestoları sadece siyasi bir karşıtlık olarak değil, insanlık dışı, aşırı bir kötülükle eşdeğer olarak görmesini sağlayarak, protestoculara yönelik algıyı daha yıkıcı bir şekilde şekillendirmektedir. Nazizm ile ilişkilendirilen herhangi bir olay, doğal olarak büyük bir toplumsal tepkiye yol açacak ve protestocuların meşru taleplerinin önüne geçecektir. Bu bağlamda, medya, bu tür söylemleri öne çıkararak okuyucunun dikkatini protestoların kendisinden ziyade, bu protestoların ahlaki açıdan kabul edilemez ve aşırı uçlara sahip olduğu yönündeki bir algıya kaydırmaktadır. Böylece, olumsuz ilişkilendirme yoluyla toplumsal algı, protestocuların savunduğu fikirler yerine, bu fikirlerin geçmişin en kötü olaylarıyla ilişkilendirildiği noktaya odaklanılmaktadır.

Başlığın verdiği mesaj, yalnızca toplumsal bir hareketi değil, aynı zamanda bu hareketi destekleyen tüm grupları kapsamaktadır. Olumsuz ilişkilendirme, protestoların ideolojik temellerini tartışmak yerine, onları insanlık tarihinin en büyük trajedilerinden biriyle eşdeğer tutmaktadır. Bu durum ise siyasi söylemlerin kutuplaştırıcı ve keskin bir şekilde biçimlendirilmesine yol açmaktadır. Protestoların temel motivasyonu olan insan hakları, özgürlük ve adalet gibi evrensel değerler geri plana itilirken, bu hareketler daha radikal, şiddet içerikli bir bağlama yerleştirilmektedir. Bu strateji, Filistin yanlısı hareketleri destekleyenlere karşı küresel bir önyargı oluşturma amacına hizmet etmektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Not Yet an ‘Axis of Evil’, but a New Reality for America in the Holy Land” haber başlığında geçen “Axis of Evil” ifadesi, 2002 yılında ABD Başkanı George W. Bush tarafından İran, Irak ve Kuzey Kore’yi içeren ve terörizmi destekleyen devletleri tanımlamak için kullanılan son derece olumsuz bir ifadedir. Bu ifadenin kullanılmasıyla, küresel terörizmle özdeşleşmiş ve dünya düzenine tehdit olarak görülen rejimlere atıfta bulunmaktadır. Dolayısıyla, başlığın bu kavramı anarak sunduğu olay, ABD’nin Orta Doğu’daki mevcut durumunu tarihsel olarak çok daha kötü ve yıkıcı bir gerçeklikle ilişkilendirmektedir.

Başlık, “Axis of Evil” kavramını kullanarak, güncel gelişmelerin potansiyel olarak bu tür bir kötülüğe dönüşme tehlikesi içerdiği mesajını vermektedir. Medya dilinde, bu tür ifadeler geçmişte toplumun hafızasına kazınmış, son derece olumsuz ve yıkıcı olaylara atıfta bulunarak, okuyucunun yeni gelişmeleri aynı bağlamda değerlendirmesine neden olmaktadır. Burada ABD’nin Orta Doğu’daki varlığı ve bu bölgedeki yeni gelişmeler, henüz “Axis of Evil” kadar yıkıcı olmasa da gelecekte benzer bir tehlike oluşturabileceği mesajı iletmektedir. Bu, küresel kamuoyunun bölgedeki olayları tehlikeli, güvensiz ve tehditkar olarak algılamasına

neden olabilecektir. Medya bu tür bir söylemle, siyasi ve toplumsal olayların dramatize edilmesi yoluyla, okuyucuların hem Amerika'nın bölgedeki politikalarının geleceğine dair endişe duymalarını hem de mevcut gelişmeleri negatif bir perspektifte görmelerini sağlamaktadır.

Bu başlık, küresel medyada Olumsuz İlişkilendirme stratejisinin tarihsel kötülükler üzerinden nasıl inşa edildiğini göstermektedir. "Axis of Evil" ifadesi hem Amerikan hem de uluslararası kamuoyunda derin bir olumsuz anlam taşıdığı için, başlık bu terimi kullanarak güncel olayları tarihsel bir kötülüğün yankılarıyla birlikte sunmaktadır. Sonuç olarak, "Not Yet an 'Axis of Evil', but a New Reality for America in the Holy Land" başlığı, Olumsuz İlişkilendirme yoluyla geçmişin en kötü olaylarından biri olan "Axis of Evil" kavramını çağrıştırarak, güncel olayların algısını şekillendirmeyi amaçlamaktadır.

*The Washington Post* gazetesindeki "U.S. to warn crypto firms against financing Hamas, terror groups" başlığı, olumsuz ilişkilendirme stratejisinin küresel medyada algı yönetimi açısından nasıl işlediğine dair önemli bir örnek sunmaktadır. Bu başlıkta, güncel bir finansal ve teknolojik konu olan kripto paraların, özellikle Hamas ve diğer terör örgütleri ile ilişkilendirilmesi, doğrudan olumsuz bir bağlantı kurmaktadır. Kripto firmaları, küresel ölçekte hızla büyüyen ve genelde olumlu gelişmelerle anılan bir teknoloji sektörü iken, burada terör finansmanı gibi yıkıcı bir konu ile yan yana getirilerek algı negatif bir bakış açısına oturtulmuştur. Bu bağlamda, medya, kripto para kullanımını, özellikle Hamas gibi terör örgütlerinin yasadışı faaliyetleriyle ilişkilendirerek, bu teknolojiye yönelik korku ve şüphe uyandırmayı amaçlamaktadır.

Bu haber başlığında, kripto firmalarının doğrudan terörle finansman bağlantısı kurulmamakta; ancak Hamas ve diğer terör örgütleriyle ilişkilendirilmesi, başlığın olumsuz bir imaj yaratmasına neden olmaktadır. Terör grupları, özellikle Hamas

gibi dünya genelinde terörist olarak kabul edilen örgütler, genellikle en ciddi ulusal güvenlik tehditleriyle ilişkilendirilen yapılardır. Bu nedenle, kripto firmalarının bu tür örgütlerle bağlantılı olarak anılması, bu firmalar hakkındaki kamuoyu algısını tehlikeli ve suçla iç içe geçmiş bir yapı olarak şekillendirme amacı taşımaktadır. Özellikle “to warn” (uyarma) terimi, bu faaliyetlerin aktif olarak gerçekleştiğini söylerken kripto firmalarının terörizmle bir şekilde bağlantılı olabileceği yönünde bir algı oluşturmaktadır. Böylelikle medya, kripto para sektörünü negatif bir ışık altında sunmakta ve bu finansal yeniliğe olan toplumsal güveni sorgulatarak, olumsuz bir ilişkilendirme yoluyla algı yönetimi gerçekleştirmektedir.

Bu başlık, medyanın olayları daha geniş bir tarihsel ve uluslararası bağlamda yorumlama eğilimine de örnek teşkil etmektedir. Terörizm, özellikle 11 Eylül saldırılarından bu yana küresel ölçekte en büyük güvenlik tehditlerinden biri olarak algılanmaktadır. Hamas’ın terör gruplarıyla birlikte anılması, bu tehdidin ciddi boyutlarına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, bu ilişkilendirme geçmişin büyük güvenlik tehditlerini güncel teknolojik gelişmelerle birleştirerek, teknolojinin sunduğu fırsatların yanı sıra potansiyel tehditlere de odaklanmaktadır. Bu durum, Olumsuz İlişkilendirmenin, özellikle küresel terörizmin hafızalarda güçlü yer edindiği bir ortamda, çok daha etkili olmasını sağlamaktadır.

Başlık ayrıca, kripto paraların genel kamuoyunda yarattığı olumlu veya nötr algıyı, terörizm gibi son derece olumsuz bir olguyla birleştirerek, bu teknoloji hakkında daha kutuplaşmış görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kripto paraların hızlı büyüyen ve düzenlemeler açısından hala olgunlaşmamış bir sektör olması, bu tür olumsuz ilişkilendirmelerle daha da riskli bir alan olarak gösterilmektedir.

Özetle başlıkta, ABD’nin kripto para sektörüne yönelik bir uyarı mekanizmasını, küresel çapta olumsuz algılanan terör örgütleriyle ilişkilendirerek sunmaktadır. “Hamas” ve

“terör grupları” gibi son derece yıkıcı ve negatif çağrışımlar yapan terimlerle kripto firmalarının yan yana getirilmesi, okuyucunun kripto para kullanımına yönelik şüphe ve korku geliştirmesine yol açmaktadır. “Warn” (uyarmak) fiili ise bu faaliyetlerin gerçekleşme ihtimaline işaret ederek, kripto sektörünün bu tür yasa dışı işlemlere olan potansiyel katkısına dair bir tehdit algısı oluşturmaktadır. Böylece, medya bu söylemle, kripto para dünyasını terörle ilişkilendirerek kamuoyunda negatif bir algı yönetimi yapmaktadır.

*USA Today*’de yer alan “Netanyahu compares Hamas attacks to Holocaust in call with Joe Biden” başlığı, olumsuz ilişkilendirme burada Hamas’ın saldırılarının, tarihin en trajik ve yıkıcı olaylarından biri olan Holokost ile karşılaştırılması yoluyla gerçekleşmektedir. Bu söylemde, İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu, Hamas’ın saldırılarını, altı milyon Yahudi’nin sistematik olarak katledildiği bir soykırımla aynı düzlemde konumlandırarak okuyucunun algısını olumsuz bir yöne çekmektedir.

Holokost, evrensel düzeyde insanlık tarihinin en büyük trajedilerinden biri olarak kabul edilmekte ve bu bağlamda herhangi bir olgunun Holokost ile karşılaştırılması, okuyucuda güçlü duygusal tepkilere yol açabilecektir. “Holokost” gibi aşırı derecede yıkıcı bir olayla güncel bir terör saldırısının bağdaştırılması hem saldırının ciddiyetini vurgulamak hem de bu olayı tarihsel olarak en kötü suçlardan biriyle aynı düzeye yerleştirerek kamuoyunda daha güçlü bir tepki yaratmak amacı taşımaktadır. Bu tür bir karşılaştırma, medya tarafından algı yönetiminde kullanılarak, güncel olayların dramatik ve aşırı derecede olumsuz bir bağlamda sunulmasına hizmet etmektedir. Bu başlık, Netanyahu’nun söylemini öne çıkarırken, aynı zamanda medya aracılığıyla küresel algıyı yönlendirirken; Hamas’ın saldırılarını tarihin en ağır suçlarından biri olan soykırımla ilişkilendirerek, okuyucunun bu saldırıları sadece bir çatışma değil, insanlığa karşı işlenmiş bir suç olarak değerlendirmesine neden olacaktır.

Olumsuz İlişkilendirme stratejisinde tarihsel belleğin güçlü bir şekilde kullanıldığı bu başlıkta, Holokost gibi evrensel olarak kabul gören bir trajediye yapılan atıf, Hamas'ın saldırılarını sadece güncel bir tehdit olarak değil, uzun vadeli tarihsel travmalarla ilişkilendirilen bir tehdit olarak sunmaktadır. Özellikle Batı kamuoyunda Holokost, Yahudi halkına yönelik en büyük şiddet ve zulmün simgesi olduğundan, bu kıyaslama, İsrail'e yönelik empatiyi artırırken, Hamas'a yönelik uluslararası tepkinin daha sert olmasını sağlamaktadır

*The Wall Street Journal*'da bulunan "This isn't Israel 9/11. It's Dunkirk" haber başlığı, Olumsuz İlişkilendirme stratejisinin açık bir örneğini sunmaktadır. Bu başlıkta İsrail'in karşılaştığı duruma ilişkin bir kıyaslama yapılırken, iki farklı tarihsel olay -11 Eylül terör saldırıları ve Dunkirk Tahliyesi- karşılaştırılmaktadır. Başlık, İsrail'deki mevcut durumu sadece bir terör saldırısıyla değil, aynı zamanda İkinci Dünya Savaşı'nın en kritik askeri operasyonlarından biri olan Dunkirk'le ilişkilendirerek, okuyucu üzerinde karmaşık bir etki yaratmaktadır.

"9/11" (11 Eylül) saldırıları, ABD'nin tarihindeki en travmatik terör olayı olarak, küresel çapta terörizmin sembolü haline gelmiştir. Ancak başlık, İsrail'deki olayları bu saldırıyla özdeşleştirmek yerine, Dunkirk Tahliyesi ile ilişkilendirerek daha geniş ve tarihsel bir bağlamda sunmaktadır. Dunkirk, İkinci Dünya Savaşı sırasında İngiliz ve müttefik kuvvetlerinin dramatik geri çekilişini ve kurtuluşunu simgelemektedir. Başlığın bu kıyaslaması, İsrail'in sadece bir terör tehdidiyle değil, aynı zamanda varoluşsal bir savaş mücadelesiyle karşı karşıya olduğu imajını yaratmayı amaçlamaktadır.

Bu bağlamda, 9/11'in daha dar kapsamlı bir terör olayı olarak algılanması, Dunkirk ile karşılaştırıldığında stratejik bir geri çekilme, hayatta kalma ve ulusal birlik sembolü olarak sunulan bir savaş durumuyla kıyaslanmakta, bu da güncel olayın ciddiyetini yükseltmektedir. Bu, İsrail'in mevcut

durumunu sıradan bir saldırıdan çıkararak, ulusal ve küresel düzeyde varoluşsal bir tehdit olarak sunmaktadır.

Başlık, Olumsuz İlişkilendirme yoluyla tarihin kritik anlarını okuyucunun zihninde canlandırırken; mevcut durumu bu geçmiş trajedilerle kıyaslayarak olayın dramatik doğasını vurgulamaktadır. Dunkirk, sadece bir savaş sahnesi olarak değil, ulusal direniş, kahramanlık ve dayanıklılığın sembolü olarak bilinmektedir. Bu bağlamda, başlık İsrail'in mevcut durumunu bir direniş ve hayatta kalma mücadelesi olarak konumlandırırken, 9/11 gibi olayları arka plana iterek daha geniş ve karmaşık bir tarihi olayla kıyaslama yapmaktadır. Bu başlığın retorik yapısı, yapılan Olumsuz İlişkilendirmeye okuyucunun duygusal tepkisini de manipüle etmektedir. 9/11 saldırısı, Batı dünyasında büyük travmalardan biri olarak hatırlanırken, Dunkirk hem trajik hem de kahramanlık dolu bir olay olarak farklı bir duygusal derinlik sunmaktadır. Böylece medya, okuyucunun olaya dair duyarlılığını yükseltmek ve kriz algısını derinleştirmek amacıyla tarihsel olayların sembolik gücünden faydalanılmaktadır.

“Korku ve Güvensizlik Yaratma” koduna *Los Angeles Times*'taki “A Gaza cease-fire would let Hamas fight another day. Don't do it” başlığı, çatışmanın sona erdirilmesi için çağrıda bulunan bir ateşkes önerisine karşı çıkmakta ve bu durumun Hamas'a ileride daha güçlü bir şekilde saldırma fırsatı vereceğini öne sürmektedir. Böylelikle hem mevcut tehdit algısını yoğunlaştırarak okuyucuların korkularını pekiştirmekte hem de olası bir ateşkesin güvenlik açısından tehlikeli olacağını ifade ederek güvensizlik hissi yaratmaktadır.

Bu başlığın iki temel kavram üzerine inşa edildiğini söylemek mümkündür: korku ve geleceğin belirsizlik. “Fight another day” ifadesi, Hamas'ın ateşkesin ardından toparlanıp yeniden saldıracağına dair bir endişe yaratmakta ve okuyucuya sürekli bir tehdit olduğu mesajını vermektedir. Hamas'ın gelecekte daha güçlü saldırılarda bulunabileceği ihtimali, çatışmanın uzun vadeli bir güvenlik riski taşıdığını



vurgulamaktadır. “Don’t do it” şeklindeki emir kipi, okuyucuyu doğrudan harekete geçmeye ya da bu karara karşı çıkmaya teşvik ederken, bir uyarı niteliği de taşımaktadır. Bu ifade, okuyucunun mevcut duruma karşı duyduğu güvensizlik ve korku duygularını körükleyerek, ateşkesin ulusal ya da bölgesel güvenliği tehlikeye atacağı mesajını vermektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Mideast War Adds Risk to Growth Across Globe” haber başlığı, Orta Doğu’daki çatışmanın yalnızca yerel değil, aynı zamanda uluslararası ekonomik büyüme üzerinde de olumsuz etkilere yol açacağını öne sürerek, okuyucuda derin bir endişe ve güvensizlik duygusu yaratmaktadır. Başlık savaşın ekonomik istikrar üzerindeki etkilerini vurgularken, olayların gelecekteki olumsuz sonuçlarına dair korkuları pekiştirmektedir.

“Mideast War” ifadesi, mevcut çatışmanın ciddiyetini ve geniş kapsamını vurgularken, bu durumun yalnızca bölgesel bir sorun değil, aynı zamanda küresel bir tehdit oluşturduğunu belirtmektedir. “Risk” teriminin kullanımı, belirsizlik ve olumsuz sonuçlar hakkındaki kaygıları güçlendirmektedir. Ekonomik büyümeye yönelik bu risk, okuyucunun gündelik yaşamını ve ekonomik güvenliğini doğrudan etkileyecek bir tehdit olarak algılanmaktadır. Bu da savaşın neden olduğu belirsizliklerin bireysel ve toplumsal düzeyde nasıl endişe yarattığını göstermektedir.

Başlık, Orta Doğu’daki çatışmanın yalnızca savaşan taraflarla sınırlı kalmadığını, aksine uluslararası ekonomik dinamikler üzerinde derin etkiler yaratabileceği mesajını vermektedir. Başlıkta okuyuculara, savaşın küresel ekonomiye olan etkilerini anlamaları gerektiğini, bu durumun yalnızca savaşın mevcut etkileriyle sınırlı kalmayıp, gelecekte de daha büyük sorunlara yol açabileceği anlamı yaratılmaktadır. Korku ve Güvensizlik Yaratma stratejisi, okuyucuları tehdit algısına yönlendirerek, bu tür olayların olası sonuçlarına karşı hazırlıklı olmaları gerektiği yönünde bir duygu yaratmaktadır.

Başlık, aynı zamanda okuyucuda geleceğe dair güvensizlik hissini derinleştirmektedir. “Adds Risk to Growth” ifadesi, mevcut ekonomik büyüme üzerinde doğrudan bir tehdit olduğunu belirtirken, savaşın uzun vadeli sonuçları hakkında belirsizliğe yol açmaktadır. Medya, bu tür söylemlerle, okuyucunun ekonomik istikrar konusunda hissettiği güveni zedelemekte ve çatışmanın küresel düzeyde yaratacağı belirsizliklere odaklanmasını sağlamaktadır. Okuyucu, bu tür başlıklar aracılığıyla, sadece mevcut çatışmayı değil, aynı zamanda gelecekteki ekonomik dalgalanmaların da bir parçası olarak algılamaktadır.

Bu başlık, küresel medyanın korku ve güvensizlik yaratma stratejisini kullanarak, olayları daha büyük ve daha tehditkâr bir bağlamda sunma becerisini sergilemektedir. “Mideast War” ifadesi, bu savaşın yalnızca bölgesel değil, uluslararası boyutta da önemli sonuçlar doğuracağı mesajını taşıırken, okuyucunun global ekonomik sistemin bu tür çatışmalardan nasıl etkilendiğini sorgulamasını sağlamaktadır.

*The Washington Post*’ta yer alan “Israeli ground offensive in Gaza could be a ‘bloodbath’, analysts say” başlığı, İsrail’in Gazze’de planladığı kara operasyonunun muhtemel sonuçları üzerine yoğunlaşarak, okuyucuda derin bir endişe ve güvensizlik duygusu yaratmaktadır. Bu söylem, savaşın ciddiyetini ve olası yıkıcı etkilerini vurgulayarak, olayların gelecekteki seyrine dair korkuları pekiştirmektedir. Başlıkta öne çıkan iki temel kavram: “Ground Offensive” ve “Bloodbath” ifadeleridir. “Ground Offensive” ifadesi, askeri bir müdahalenin ciddiyetini ve karmaşıklığını vurgularken, bu durumun çatışmanın kapsamını genişletebileceği ve daha fazla can kaybına yol açabileceği anlamına gelmektedir. “Bloodbath” terimi ise, muhtemel bir yıkımı ve kan dökümünü ima ederken; okuyucuda korku uyandıracak şekilde tasarlanmış bir söylemdir. “Kanlı bir çatışma” imajı çizen bu dil, savaşın olası sonuçlarının ne denli yıkıcı olabileceğini göstererek, okuyucunun zihninde güçlü bir korku algısı oluşturmaktadır.

Başlık, yalnızca mevcut çatışmanın ciddiyetine dikkat çekmekle kalmaz, aynı zamanda olası bir askeri harekâtın geniş çaplı yıkım ve kayıplara yol açabileceğini belirtmektedir. “Could be a ‘bloodbath’” ifadesi, belirsizliği ve potansiyel tehlikeleri artırırken, okuyucuların çatışmanın sonuçlarına dair kaygılarını yoğunlaştırmaktadır. Bu söylem, savaşın yalnızca bir askeri strateji olarak değil, aynı zamanda insani bir felaket olarak algılanmasına zemin hazırlamaktadır. Okuyucu, bu başlık aracılığıyla, savaşın sonuçlarının hem askeri hem de siviller için son derece tehlikeli olabileceği mesajını almaktadır.

Başlık, “analysts say” ifadesiyle birlikte kullanılarak, okuyuculara bir otoritenin görüşlerini yansıtır. Bu durum, başlığın geçerliliğini ve ciddiyetini artırırken, aynı zamanda güvensizlik hissi derinleştirmektedir. Okuyucu, bir uzman görüşüne dayanarak, olası bir askeri harekâtın sonuçlarının yıkıcı olabileceği gerçeğini görmektedir. Bu tür bir anlatım, okuyucuların savaşın doğası hakkında daha derin endişelere kapılmasına neden olurken, gelecekte yaşanacak olaylara dair kaygılarını da arttırmaktadır.

“Bloodbath” ifadesinin kullanılması, yalnızca bölgedeki çatışmanın değil, aynı zamanda uluslararası kamuoyunun da dikkatini çekmekte ve bu durumun ciddiyetini artırmaktadır. Medya, bu tür başlıklar aracılığıyla, savaşın sonuçlarının yalnızca yerel düzeyde değil, uluslararası boyutta da etkileri olabileceği mesajını iletmektedir. Bu, okuyucuların olayları daha geniş bir perspektiften değerlendirmelerine ve savaşın potansiyel sonuçları hakkında daha fazla kaygı duymalarına yol açmaktadır.

*USA Today*’deki “Terrorists inspired by Gaza war could target Americans: intel officials” başlığı, Gazze’deki savaşın, Amerikalılar üzerinde doğrudan bir tehdit oluşturabileceği mesajını taşımakta ve bu durum, okuyucularda derin bir endişe ve güvensizlik hissi yaratmaktadır. Bu söylem, terörizmin uluslararası çatışmalarla nasıl bağlantılı

olabileceğini vurgulayarak, toplumda geniş çaplı bir korku algısı oluşturmayı hedeflemektedir.

“Terrorists inspired by Gaza war” Gazze savaşının terörist gruplar üzerindeki etkisini ve onların eylemlerinin arkasındaki motivasyonları vurgularken, “could target Americans” ikinci kısım ise bu eylemlerin doğrudan Amerikalılar üzerinde tehdit oluşturabileceği endişesini taşımaktadır. “Inspired by” ifadesi, teröristlerin eylemlerinin kaynağını belirlerken, okuyucunun zihinde savaşın, şiddetin ve kargaşanın yarattığı psikolojik etkiyi pekiştirmektedir. Ayrıca, bu durum, terörizm ile savaş arasındaki bağlantıyı vurgulayarak, okuyucuların algısında daha büyük bir tehdit algısı oluşturmaktadır.

Başlık, okuyucuları potansiyel bir saldırı hakkında uyarmaktadır; bu da toplumda güvensizlik ve korku hislerini artıran bir stratejidir. “Could target Americans” ifadesi, belirsizlikle dolu bir tehdit algısı oluşturmakta ve okuyucuların kendilerini savunmasız hissetmelerine neden olmaktadır. Medya, bu tür bir anlatım kullanarak, okuyucuların mevcut çatışmaların olası sonuçlarına dair kaygılarını artırmayı amaçlamaktadır. Okuyucu, bu başlık aracılığıyla, yalnızca Gazze’deki savaşın etkilerini değil, aynı zamanda bu savaşın terörizmi nasıl körükleyebileceğini ve bunun sonucunda kendilerinin nasıl bir tehdit altında olabileceğine dair algısını şekillendirmeye başlamaktadır.

“Intel officials” ifadesi, başlığın ciddiyetini artırırken, okuyucuların bilgi kaynaklarına olan güvenini pekiştirmektedir. İstihbarat yetkililerinin sözleri, başlığın geçerliliğini ve ağırlığını artırarak, okuyucuların bu bilgiyi dikkate almasını sağlamaktadır. Bu durum, okuyucuların yalnızca bilgilendirildiği değil, aynı zamanda bir tehlike ile yüz yüze oldukları hissini güçlendirmektedir. Başlık, Gazze’deki çatışmanın, terörist grupların motivasyonlarına nasıl etki ettiği ve bunun sonuçlarının doğrudan Amerikalılar üzerinde tehdit oluşturabileceği mesajı, uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmektedir.

*The Wall Street Journal*'daki " Hamas Fighters' Orders: 'Kill as Many People as Possible'" başlığı hem terörizmin doğasına dair derin bir endişe uyandırmakta hem de okuyucuda bir korku algısı oluşturmaktadır. Başlığın içerdiği dil, okuyucuların zihninde güçlü bir korku ve güvensizlik atmosferi yaratmayı hedeflemektedir.

İlk kısım, " Hamas Fighters' Orders" Hamas savaşçıların emirlerinin ciddiyetini vurgularken, bu gruptaki bireylerin radikal ve acımasız bir motivasyona sahip olduğu mesajını vermektedir. Bu durum, okuyucuların bu savaşçıların niyetleri hakkında derin bir endişe hissetmesine yol açmaktadır. "Kill as Many People as Possible" ifadesi ise, savaşçıların amacını açıkça ortaya koyarak, okuyucuda derin bir şiddet korkusu oluşturmaktadır. Bu tür bir dil kullanımı, insanların bu grup hakkında daha olumsuz ve korkutucu bir algı geliştirmelerine neden olmaktadır. Başlık, okuyuculara doğrudan bir tehdit algısı sunarak, toplumda korku ve güvensizlik hislerini artırmayı hedeflemektedir. "Kill as Many People as Possible" ifadesi, açıkça bir saldırganlık ve kargaşa potansiyelini vurgulamakta, bu da okuyucuların bu tür eylemlerin uluslararası düzeyde sonuçları olabileceği kaygısını beslemektedir.

Başlıkta kullanılan " Hamas Fighters' Orders" ifadesi, okuyucuların bir otoritenin yönlendirmesi altında gerçekleşen eylemler hakkında bilgi sahibi olduklarını hissetmelerini sağlarken, bu durum da güvensizlik hissini pekiştirmektedir. Bu tür bir anlatım, okuyucunun Hamas'ın stratejileri ve niyetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlarken, aynı zamanda bu grubun tehditlerinin ciddiyetini artırmaktadır.

*USA Today*'deki " Terrorists inspired by Gaza war could target Americans: intel officials" başlığı, Korku ve Güvensizlik Yaratma stratejisinin göre; terörizmin Gazze'deki çatışmalardan nasıl etkilenebileceğini vurgulayarak, okuyucuda derin bir endişe ve belirsizlik hissi uyandırmaktadır. Olayların dramatik bir biçimde sunulması ve belirsizliklere

odaklanması, okuyucunun güvenlik algısını artırmakta ve toplumda daha geniş bir tehdit algısı yaratmaktadır. Bu başlık, terörizmin doğası ve uluslararası çatışmalar arasındaki ilişkiyi düşündürürken, okuyucuların bu tür durumlar hakkında daha fazla kaygı duymalarına neden olmaktadır.

“Terrorists” ve “target Americans” ifadeleri, doğrudan hedeflenen kitlenin (ABD vatandaşları) korkularını tetikleyerek, terörizmin rastgele ve geniş çapta bir tehdit olarak algılanmasına neden olarak toplumsal bir korku yaratmaktadır. “Could” ifadesi, kesin olmayan ama olası bir tehlike sinyali vermektedir. Bu belirsizlik, insanların ne zaman veya nerede bir saldırının gerçekleşeceği konusunda sürekli tetikte olmalarını gerektirecek bir şekilde algı oluşturmalarına neden olurken; yaratılan güvensizlik hissi ise insanların güvenlik algılarını sarsarak hükümetlere veya güvenlik kurumlarına daha fazla destek verilmesini sağlayacaktır. “Intel officials” vurgusu, bu bilginin güvenilir ve yetkili bir kaynaktan geldiğini ifade etmektedir. Bu da haberin doğruluk payının yüksek olduğu ve ciddiye alınması gerektiği algısını pekiştirmekte, korkuyu ise rasyonel hale getirmektedir.

Bu başlık, Amerika’yı ve Amerikalıları hedef alan terörist bir tehditten bahsederek, “biz” (ABD ve müttefikleri) ve “onlar” (teröristler ve potansiyel olarak Gazze’deki direniş grupları) şeklinde bir ayrım yaratmaktadır. Bu ayrım ise düşman algısını güçlendirirken, kamuoyunun belirli bir coğrafyaya, ideolojiye veya gruba karşı olumsuz tutumlar geliştirmesine dair algısını manipüle etmesine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, kamuoyunun dikkatini Gazze savaşının insani ve siyasi boyutlarından uzaklaştırarak, daha çok güvenlik ve terör tehditlerine yönlendirmektedir.

Bu tür bir başlık, ABD’nin müttefikleri üzerinde de dolaylı bir etki yaratmaktadır. ABD’yi hedef alan terör tehditlerinin müttefik ülkeler için de potansiyel bir tehdit oluşturabileceği algısı yaratılarak, bu ülkelerin ABD’nin güvenlik politikalarını daha fazla desteklemelerine dair kamuoyu algısı yaratmaktadır.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan “*Hamas Fighters’ Orders: ‘Kill as Many People as Possible’*” başlığı, hem terörizmin doğasına dair derin bir endişe uyandırmakta hem de okuyucuda kuvvetli bir güvensizlik algısı oluşturmaktadır. Başlıktaki “*Hamas Fighters’ Orders*” ifadesi Hamas savaşçılarının emirlerinin ciddiyetini vurgularken, bu gruptaki bireylerin radikal ve acımasız bir motivasyona sahip olduğunu ima etmektedir. Bu durum, okuyucuların bu savaşçıların niyetleri hakkında derin bir endişe hissetmesine yol açmaktadır. “*Kill as Many People as Possible*” ifadesi ise, savaşçıların amacını açıkça ortaya koyarak, okuyucuda derin bir korku oluşturmaktadır.

Başlık, okuyuculara doğrudan bir tehdit algısı sunarak, toplumda korku ve güvensizlik hislerini artırmayı hedeflemektedir. “*Kill as Many People as Possible*” ifadesi, açıkça bir saldırganlık ve kargaşa potansiyelini vurgulamakta, bu da okuyucuların bu tür eylemlerin uluslararası düzeyde sonuçları olabileceği kaygısını beslemektedir. Medya, bu tür bir anlatımı kullanarak, mevcut çatışmaların insani boyutunu gözler önüne sererken, aynı zamanda savaşın yarattığı korkunun ciddiyetini de artırmaktadır. Başlıkta kullanılan “*Hamas Fighters’ Orders*” ifadesi, okuyucuların bir otoritenin yönlendirmesi altında gerçekleşen eylemler hakkında bilgi sahibi olduklarını hissetmelerini sağlarken, bu durum da güvensizlik hissini pekiştirmektedir. Bu tür bir anlatım, okuyucunun Hamas’ın stratejileri ve niyetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlarken, aynı zamanda bu grubun tehditlerinin ciddiyetini artırmaktadır.

*The Wall Street Journal*’daki “*Hamas Fighters’ Orders: ‘Kill as Many People as Possible’*” başlığı, Korku ve Güvensizlik Yaratma stratejisinin medyada nasıl etkili bir şekilde kullanıldığını gösteren önemli bir örnektir. Başlık, terörizmin ciddiyetini ve acımasızlığını vurgulayarak, okuyucuda derin bir endişe ve belirsizlik hissi uyandırmaktadır. Bu tür başlıklar, okuyucuları olayların dramatik sonuçları hakkında düşünmeye

teşvik ederken, aynı zamanda toplumda daha geniş bir tehdit algısı yaratmaktadır. Terörizmin doğası ve bunun olası sonuçları üzerine derin düşüncelerle, okuyucuların bu tür durumlar hakkında daha fazla kaygı duymalarına neden olmaktadır.

### 3.2.5. Kriz ve Felaket Teması'na Dair Genel Değerlendirme

Küresel medya, modern toplumlarda toplumsal ve siyasal olayların aktarılmasında temel bir rol üstlenmektedir. Ancak bu işlev, yalnızca bilgi verme amacına hizmet etmekle sınırlı değildir; medya aynı zamanda toplumsal algıyı şekillendirme ve yönlendirme aracı olarak da işlev görmektedir. Özellikle kriz, felaket, çatışma ve şiddet içerikli haber başlıkları, olayların dramatize edilerek sunulmasına, kamuoyunda korku ve güvensizlik algısının derinleştirilmesine yol açmaktadır. Medya, haber başlıklarında kriz temalı anlatımları kullanarak, toplumda belirli bir bakış açısını inşa etmektedir. Bu tür başlıklar, olayları daha geniş bir kriz çerçevesine oturatarak yalnızca şimdiki durumları değil, gelecekte ortaya çıkabilecek tehditleri de ön plana çıkarmaktadır. Böylece, toplumsal algı üzerinde medya aracılığıyla sistematik bir yönlendirme uygulanmaktadır.

Bu tür medya başlıklarında en dikkat çekici unsur, şiddet ve çatışma odaklı anlatıların sıklıkla kullanılmasıdır. Özellikle küresel çapta etkili medya kuruluşları, kriz anlatılarını şekillendirirken şiddet ve kaos unsurlarını öne çıkarmaktadır. Örneğin, The Wall Street Journal, USA Today, Los Angeles Times, The New York Times, The Washington Post gibi büyük medya organlarının haber başlıklarında, kriz ve çatışma temalarının yer aldığı, barışçıl çözüm önerilerine daha az yer verildiği görülmektedir. Bu tür haber başlıkları, krizlerin derinleşeceği, şiddetin kaçınılmaz olduğu ve toplumsal çatışmaların çözümünün zorlaştığı izlenimini yaratmaktadır. Krizler, sadece bir olayın geçici etkisi olarak değil, gelecekte



büyüyeabilecek ve toplumu daha fazla etkileyebilecek tehditler olarak sunulmaktadır. Bu durum, medya aracılığıyla toplumsal korku atmosferinin inşa edilmesine ve güvenlik kaygılarının derinleşmesine neden olmaktadır.

Şiddet içerikli haber başlıkları, medyanın toplum üzerinde nasıl bir algı yönlendirmesi yaptığını açıkça göstermektedir. Medya, olayları şiddet ve kaos üzerinden sunarak, okuyucuların dikkati bu unsurlara yönlendirir. Örneğin, “Kan Döküldü” veya “Çatışmalar Şiddetleniyor” gibi ifadeler, okuyucuların olayları daha çok fiziksel şiddet ve çatışma bağlamında değerlendirmesine neden olmaktadır. Bu başlıklar, toplumsal olayların karmaşıklığını basitleştirerek şiddeti ön plana çıkarmakta ve barışçıl çözümlerin görünürliğini azaltmaktadır. Medya, olayların şiddet yönünü abartarak sunarken, toplumda krizlerin çözümünden ziyade daha da derinleşeceği algısını yaratılmak istenmektedir.

Bir başka strateji, medya aracılığıyla belirli bölgelerin sürekli kriz, kaos ve şiddetle ilişkilendirilmesidir. Özellikle Orta Doğu gibi bölgeler, sıklıkla ekonomik zorluklar, siyasi istikrarsızlık ve şiddet olayları ile anılmaktadır. Bu, “kara bölge algısı” olarak adlandırılan bir strateji ile desteklenmektedir. Orta Doğu’nun dünya ekonomisine bir tehdit olarak sunulması, bölgenin sürekli kriz yaratan bir alan olduğu algısını pekiştirmektedir. IMF’nin dünya ekonomisine dair karamsar tahminleriyle birlikte, Orta Doğu gibi bölgelerin bu ekonomik sorunların ana kaynağı olarak lanse edilmesi, uluslararası medyanın belirli coğrafyalara yönelik negatif bir algı inşa ettiğini göstermektedir. Bu tür başlıklar, Orta Doğu’yu yalnızca bir kriz kaynağı olarak sunarken, bölgenin uluslararası toplum nezdinde negatif bir imajla anılmasına neden olmaktadır.

Medyanın kullandığı bir diğer strateji, Olumsuz İlişkilendirme ise belirli olayların geçmişteki travmatik ya da olumsuz olaylarla kıyaslanarak sunulmasını içermektedir.

Özellikle toplumsal protestoların ve siyasi hareketlerin bu bağlamda değerlendirilmesi, söz konusu olayların tehlikeli ve radikal olarak algılanmasına yol açmaktadır. Örneğin, Filistin yanlısı gösterilerin “Nazi benzeri” olarak tanımlanması, yalnızca bu hareketlerin meşruiyetini sorgulamakla kalmaz, aynı zamanda bu protestoları destekleyen tüm kesimleri de olumsuz bir tarihsel bağlama yerleştirir. Bu tür ilişkilendirmeler, toplumsal hafızada derin yaralar bırakan olaylarla güncel olayları birleştirerek, medyanın toplumsal algıyı manipüle etmesine olanak tanımaktadır. Olumsuz ilişkilendirme, olayların dramatik yönlerini abartarak okuyucuların duygusal tepkilerini yoğunlaştırırken, olayların doğasına dair gerçekçi bir değerlendirme yapılmasını zorlaştırmaktadır.

Medya başlıklarının kullanımıyla toplumsal Korku ve Güvensizlik Yaratma stratejisi, terör, savaş ve çatışma olaylarıyla ilgili haberlerde daha çok ortaya çıkmaktadır. Medya, belirsizlikleri ve gelecekteki tehditleri öne çıkararak toplumda güvensizlik algısını derinleştirmektedir. Örneğin, Hamas gibi terör örgütlerinin gelecekte daha büyük saldırılar düzenleyebileceği endişesi, ateşkes ve barış çabalarının tehlikeli ve geçici olduğu algısının yaratılmasına yol açmaktadır. Medya, olayları yalnızca güncel etkileriyle değil, gelecekte ortaya çıkabilecek olası tehditlerle birlikte sunarak, toplumda sürekli bir güvensizlik hissi yaratmaktadır. Bu da okuyucuların geleceğe dair belirsizlik ve tehdit algısı içinde yaşamasına neden olmaktadır.

Medyanın bu şekilde kriz ve korku odaklı bir dil kullanması, toplumsal olaylara dair daha geniş ve derin bir tehdit algısı yaratma amacına hizmet etmektedir. Medyanın oluşturduğu bu korku atmosferi, toplumsal güvenlik kaygılarını artırırken, olayların dramatik yönleriyle ilgilenme eğilimini de pekiştirmektedir. Medyanın kullandığı başlıklar, toplumun olaylara dair bakış açısını şekillendirirken, toplumsal algıyı çatışma, kaos ve korku çerçevesine oturtmaktadır. Toplumsal olayların çözümüne yönelik barışçıl çabalar ve diplomatik

girişimler bu anlatılar içinde geri plana itilmekte, şiddet ve çatışma odaklı anlatılar ön planda tutulmaktadır.

Sonuç olarak, küresel medya, toplumsal algıyı yönetme gücüne sahip bir araç olarak, kriz, çatışma ve korku unsurlarını ön plana çıkaran bir dil kullanır. Medya başlıkları, toplumun olayları nasıl algıladığını şekillendirirken, şiddet ve kaosun kaçınılmaz olduğu bir bakış açısını yerleştirmektedir. Bu süreçte, barışçıl çözümler ve diplomasının görünürlüğü azalırken, şiddet ve korku daha fazla dikkat çekmektedir. Medya, başlıklar aracılığıyla krizleri dramatize ederek, toplumsal olayların karmaşıklığını basitleştirmekte ve kamuoyunu belirli bir bakış açısına yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu da toplumsal güvenlik kaygılarının artmasına ve çözüm yollarının geri plana itilmesine neden olmaktadır. Medyanın bu stratejileri, toplumun olaylara yönelik algısını şekillendirme gücünü gösterirken, küresel medyanın toplumsal ve siyasal olayları nasıl yönlendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır.

### 3.2.6. Çerçeveleme Teması ile Algı Yönetimi

*Tablo 6: Çerçeveleme Teması*

| Çerçeveleme Teması     |                   |                    |                     |                 |                         |                   |
|------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------|-------------------------|-------------------|
| Yönteme Dair Kodlar    | Los Angeles Times | The New York Times | The Washington Post | USA Today       | The Wall Street Journal | TOPLAM            |
| Asimetrik Bilgi Sunumu | 1 (n=2)           | 1 (n=2)            | 1 (n=1)             | 1 (n=7)         | 1 (n=12)                | 24 (%10)          |
| Taraflı Seslendirme    | 1 (n=3)           | 1 (n=16)           | 1 (n=9)             | 1 (n=24)        | 1 (n=24)                | 76 (%32)          |
| Seçici Temsil          | 1 (n=2)           | 1 (n=11)           | 1 (n=5)             | 1 (n=21)        | 1 (n=9)                 | 48 (%21)          |
| Seçici Vurgu           | 1 (n=6)           | 1 (n=21)           | 1 (n=15)            | 1 (n=23)        | 1 (n=21)                | 86 (%37)          |
| <b>TOPLAM</b>          | <b>13 (%6)</b>    | <b>50 (%21)</b>    | <b>30 (%13)</b>     | <b>75 (%32)</b> | <b>66 (%28)</b>         | <b>234 (%100)</b> |

Tabloda yer alan “Çerçeveleme Teması” başlıklı çalışma, çeşitli gazetelerde “Asimetrik Bilgi Sunumu”, “Taraflı Seslendirme”, “Seçici Temsil” ve “Seçici Vurgu” kodlarının dağılımını göstermektedir. Buna göre; bu temada yer alan kodlara toplamda en fazla USA Today’de 75 haber başlığında rastlanılmış, The Wall Street Journal 66, The New York Times 50, The Washington Post 20 ve Los Angeles Times’ta ise 13 başlıkta bulunmuştur.

“Asimetrik Bilgi Sunumu” kategorisinde; Los Angeles Times ve The New York Times’ta 2, The Washington Post’ta 1, USA Today’de 7 ve The Wall Street Journal’da 12 içerik tespit edilmiş, toplamda 24 içerik bulunmuştur. “Taraflı Seslendirme” kategorisinde; Los Angeles Times 3, The New York Times 16, The Washington Post 9, USA Today ve The Wall Street Journal’da 24 içerikle yer almıştır. Bu tema altındaki toplam içerik sayısı 76’dır. “Seçici Temsil” kategorisinde; Los Angeles Times 2, The New York Times 11, The Washington Post 5, USA Today 21 ve The Wall Street Journal 9 içerikle temsil edilmiştir. Toplamda bu kod altında 48 içerik saptanmıştır. “Seçici Vurgu” kategorisinde; Los Angeles Times 6, The New York Times 21, The Washington Post 15, USA Today 23 ve The Wall Street Journal 21 içerikle yer almıştır. Toplamda bu temada 86 içerikle en fazla rastlanılan kategori olarak belirlenmiştir. Genel toplamda ise, Los Angeles Times 13, The New York Times 50, The Washington Post 30, USA Today 75 ve The Wall Street Journal 66 içerikle temsil edilmiştir. Çerçeveleme Teması altında tablodaki toplam içerik sayısı 234 olarak tespit edilmiştir.

*Los Angeles Times* gazetesindeki “How humanitarian aid in Gaza is being used as an instrument of war” başlığı, “Asimetrik Bilgi Sunumu” çerçevesinde küresel medyada algı yönetiminin nasıl işlediğine dair önemli bir örnektir. Bu başlık, insani yardımın genellikle barış ve yardım amacı güden bir araç olarak değil, çatışma ve savaş dinamiklerinin

bir parçası olarak sunulmasına vurgu yaparak, okuyucularda güçlü bir algı ve düşünce oluşturmaya amaçlamaktadır.

Başlık dengesiz bir bilgi sunmaktadır. Bu başlıkla, insani yardımların savaşla ilişkilendirilmesi üzerinden, çatışmaların karmaşık doğasını ele alırken, aynı zamanda medyanın bu durumu nasıl şekillendirdiğini de gözler önüne serilmektedir. “Humanitarian aid” ifadesi, okuyucuların zihninde olumlu çağrışımlara yol açarken, “instrument of war” ifadesinin eklenmesi, insani yardımların bu olumlu algısının altını oymakta ve çatışma bağlamında daha negatif bir anlam katmaktadır.

Başlık okuyucunun algısında bir soru yaratmaktadır: “Bu yardımlar gerçekten insani bir amaca mı hizmet ediyor, yoksa savaşın bir parçası mı?” Bu çelişkiyi içeren soru, okuyucuların yardım organizasyonlarının niyetleri ve eylemleri hakkında sorgulayıcı bir tutum geliştirmesine yol açmaktadır. Bu durum, savaşın insani boyutunun karmaşıklığını ve yardımın kötüye kullanıma potansiyelini gözler önüne sererken, aynı zamanda medyanın manipülatif gücünü de ortaya koymaktadır.

“Used as an instrument of war” ifadesi, insani yardımın yalnızca bir yardım değil, aynı zamanda bir savaş stratejisi olarak kullanılabileceği algısını güçlendirmektedir. Bu durum, okuyucuların insani yardımlar hakkında daha derin düşünmelerine ve bu yardımların gerçek etkilerini sorgulamalarına olanak tanımaktadır.

Medya, Asimetrik Bilgi Sunumuyla bir taraf hakkında yanlış bir algı oluşturulmasına neen olurken, bir taraf hakkında daha olumlu algı yaratılmasına sebep olmaktadır. *Los Angeles Times*’daki “How humanitarian aid in Gaza is being used as an instrument of war” başlığı insani yardımların kötüye kullanılabileceği düşüncesini yayarak, okuyucuları belirli bir anlayışa yönlendirmekte ve bu anlayışın toplumda daha fazla yankı bulmasına neden olmaktadır. Bu başlık, yalnızca mevcut çatışmaların dinamiklerini sorgulatmakla kalmayıp,

aynı zamanda insani yardımların doğası ve etkileri hakkında da geniş bir tartışma alanı açmaktadır.

*The New York Times*'daki "Libya Official Flees Country After Meeting with Israeli" başlığı, Asimetrik Bilgi Sunumu çerçevesinde değerlendirildiğinde, Libya'daki siyasi iklimin yanı sıra, İsrail'le ilişkilerin medyadaki yansımaları ve bu ilişkilerin oluşturduğu algının dinamiklerini incelemek için kritik bir metin olarak görülmektedir. Bu başlıkta, Libya'daki bir yetkilinin İsrail'le yaptığı bir toplantının ardından ülkeyi terk etmesi vurgulanmakta ve bu durum okuyuculara önemli bir gelişme olarak sunulmaktadır. Ancak başlık, bu kaçışın arka planındaki dinamikleri açıklamaktan ziyade, okuyucuların zihinlerinde belirli bir soru işareti ve belirsizlik bırakmaktadır. Başlıkta kullanılan "flees" ifadesi, kaçış ve korku hissini çağrıştırmakta ancak bu durumun altında yatan siyasi baskıları ve korkuları yeterince açığa çıkarmamaktadır. Bu noktada, başlığın verdiği mesaj, okuyucuların, bu olayın yalnızca yüzeysel bir analizle yetinmelerine ve derinlemesine sorgulama yapmamalarına yol açabilecek bir atmosfer yaratmaktadır.

Bu başlık, okuyucular üzerinde iki katmanlı bir algı yaratmaktadır. İlk olarak, bir resmi yetkilinin ülkeden kaçmasının ciddi bir tehdit ya da krizin varlığına işaret ettiğini düşündürmektedir. Bu durum, Libya'nın iç siyasi dinamikleri ve uluslararası ilişkileri hakkında bir kaygı ve güvensizlik hissi yaratırken, aynı zamanda okuyucuları daha fazla bilgi edinmeye teşvik etmemektedir. İkincisi, başlık, Libya'nın uluslararası ilişkilerdeki karmaşıklığını ve özellikle İsrail'le olan ilişkilerinin potansiyel tehlikelerini sorgulatmaktadır. Bununla birlikte, başlık, okuyuculara yalnızca bu olayın dramatik yönünü sunarken, daha geniş bir siyasi bağlam ve olayların neden-sonuç ilişkisini görmezden gelmektedir.

Başlık, Libya'daki bir yetkilinin İsrail ile bir toplantının ardından kaçması durumunu ele alarak, bu iki aktör arasında bir bağ kurmakta ve bunun Libya'daki siyasi istikrarsızlıkla

ilişkilendirilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum, okuyucuların, özellikle Batılı medya tüketicilerinin, Orta Doğu'daki karmaşık ilişkiler hakkında yüzeysel ve tek boyutlu bir anlayış geliştirmelerine neden olabilecektir.

*The Washington Post* gazetesindeki “Morocco’s Reluctance to Accept Quake Aid Baffles Foreign Governments” başlığı, yalnızca Marakeş'teki bir deprem sonrası yardım taleplerinin karşılanmaması üzerine odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda bu durumu daha geniş bir siyasi ve toplumsal bağlamda anlamak için ele alınması gereken karmaşık dinamikleri de göz ardı etmektedir. Bu başlıkta, Fas'ın yardım kabul etme konusundaki isteksizliği vurgulanmakta, bu durum ise yabancı hükümetlerin anlayışını zorlaştıran bir olgu olarak sunulmaktadır. Ancak, başlığın sunduğu bu algı, sadece yüzeysel bir bakış açısını yansıtmakta ve bu durumu anlamak için gerekli olan daha geniş bağlamı ve yerel faktörleri yok saymaktadır.

Başlıkta kullanılan “reluctance” (isteksizlik) terimi, olumsuz bir tutum sergileyen bir yönetim imajı çizerken, bu isteksizliğin arkasında yatan sebepler üzerine sorgulama yapmamaktadır. Bu durum, okuyucuların, Fas hükümetinin yerel koşulları, halk sağlığı, ulusal egemenlik ve uluslararası yardım dinamikleri gibi unsurları dikkate almadıkları bir çerçevede değerlendirmelerine yol açabilecektir.

Bu başlık, okuyucular üzerinde iki türlü bir algı yaratmaktadır. İlk olarak, Fas hükümetinin yardım kabul etmedeki isteksizliği, uluslararası topluma karşı kapalı ve iş birliğinden uzak bir tutum sergileyen bir yönetim imajı yaratmaktadır. Bu durum, okuyucularda hükümetin insan hayatını tehlikeye atan bir kararı almış olabileceği düşüncesini uyandıracaktır. İkinci olarak; başlık, yabancı hükümetlerin ve uluslararası toplumun bu isteksizliği anlayamamasının yaratabileceği hayal kırıklığını da içermektedir. Bu bağlamda, okuyucuların gözünde, Fas'ın uluslararası yardımlara kapalı

bir yaklaşım sergileyen, iş birliğinden uzak bir devlet olarak algılanmasına neden olabilecektir.

*USA Today*'deki "War in Israel Rocks the World" haber başlığı, savaşın sadece İsrail topraklarında gerçekleştiğini öne çıkararak, bu durumun küresel ölçekte önemli sonuçlar doğurduğunu iletmektedir. Ancak bu yaklaşım, savaşın kökeni ve genişletilmiş etkileri hakkında daha derinlemesine bir tartışmayı görmemektedir.

"War in Israel" ifadesi, okuyuculara savaşın yalnızca bu coğrafyada yoğunlaştığı ve bu nedenle yalnızca orada bir risk oluşturduğu izlenimini vermektedir. Bu bakış açısı, okuyucuların savaşın tarihsel ve coğrafi bağlamını sorgulamalarını engelleyecektir. Örneğin, Filistin-İsrail çatışmasının kökleri, bölgede yaşanan diğer çatışmalar ve global güç dengeleri gibi unsurlar göz ardı edilmektedir. Bu durum, okuyucuların daha geniş bir bakış açısıyla durumu değerlendirmelerine engel olurken, savaşın bölgesel ve uluslararası sonuçlarını anlamalarını da zorlaştırmaktadır.

Başlığın "savaş sadece İsrail'de mi?" sorusuna yanıt vermemesi ise önemli bir eleştiri noktasıdır. Bu ifade, savaşın etki alanının daha geniş olduğunu ve diğer ülkelerde de benzer çatışmaların, krizlerin ve insan hakları ihlallerinin yaşandığını sorgulama fırsatı sunmaktadır. Bu ifadeyle; savaşın yalnızca İsrail'de yoğunlaşmış olduğu mesajını verirken, bu durumun daha geniş bir uluslararası ilişkiler bağlamında sorgulanmasını engellemektedir. Örneğin; bölgedeki diğer ülkelerdeki siyasi istikrarsızlıklar, etnik çatışmalar ve sosyal huzursuzluklar da dikkate alınmalıdır. Buna göre, savaşın yalnızca İsrail sınırları içinde olduğu algısı, daha geniş bir perspektiften bakıldığında yanıltıcı bir algıdır.

"Rocks the World" ifadesi, savaşın küresel etkisini vurgulamakta, ancak okuyucuları bu etkilerin sadece İsrail'le sınırlı olduğu fikrine yönlendirmektedir. Bu durum, dünya genelinde başka krizlerin ve çatışmaların göz ardı



edilmesine sebep olabilecektir. Örneğin, Ortadoğu'nun diğer bölgelerindeki savaşlar, insani krizler veya siyasi çalkantılar gibi konuların, bu başlık altında kaybolması mümkündür.

*The Wall Street Journal* gazetesindeki "In China's Calls for Mideast Peace, Hamas Assault Goes Unmentioned" başlığı, Asimetrik Bilgi Sunumu bağlamında değerlendirildiğinde, Çin'in barış çağrısını sorgulayan ve Hamas'a olan olası destek imalarını içeren bir söylem örneği olarak öne çıkmaktadır. Bu başlık, belirli bir stratejiyle kurgulanmış olup, Çin'in Orta Doğu'daki barış çabalarına yönelik olumsuz bir imaj yaratma amacı taşımaktadır. Bu başlıkta, Çin'in barış çağrısının içeriğine dair olumlu bir bağlam oluşturulmadığı gibi, aynı zamanda Hamas'ın saldırılarının konuşulmayarak, bu durumu destekleyen bir algı yaratılmaktadır. Başlık, okuyuculara Çin'in barış girişimlerinin arka planında gizli bir destek olduğu izlenimini verirken, Hamas'ın eylemlerinin göz ardı edilmesini eleştiriyor gibi görünse de aslında Çin'i zan altında bırakan bir söylem üretmektedir.

Bu bağlamda, başlık Çin'in barış çabalarını sorgulatan bir üslup taşımakta, okuyucular üzerinde "Çin, Hamas'ın eylemlerine göz yumarak aslında bu grubu destekliyor mu?" sorusunu uyandırmaktadır. Başlığın "Hamas Assault Goes Unmentioned" kısmı, okuyucuların aklında Çin'in uluslararası ilişkilerdeki tutumunu sorgulamak üzere bir şüphe yaratmakta ve bu şekilde Çin'in Orta Doğu'daki rolü hakkında olumsuz bir algı geliştirmektedir.

Başlık, Çin'in barış çabalarını olumlu bir bağlamda tartışmayı engellemekte ve bunun yerine Hamas'ın eylemleriyle ilgili kaygıları öne çıkartarak, Çin'in Orta Doğu'daki politikalarının sorgulanmasına neden olmaktadır. Böylelikle, okuyucuların, Çin'in barış çabalarını anlamak yerine, bu çabaların arka planındaki olası destek ilişkilerine odaklanmalarına yol açmaktadır.

Sonuç olarak, "In China's Calls for Mideast Peace, Hamas Assault Goes Unmentioned" başlığı, Asimetrik Bilgi

Sunumu aracılığıyla Çin'in Orta Doğu'daki barış çabalarını sorgulayan ve Hamas'a olası bir destek imasıyla negatif bir algı oluşturma amacını taşımaktadır. Başlığın okuyucular üzerinde yarattığı etki, yalnızca bilgilendirici olmaktan öte, Çin'in uluslararası politikalarını ve niyetlerini sorgulayan bir zemin oluşturmaktadır. Bu tür başlıklar, medya aracılığıyla oluşturulan toplumsal algıları şekillendirme potansiyeline sahip olup, karmaşık uluslararası ilişkilerdeki dinamiklerin daha derinlemesine anlaşılmasını engellemektedir.

Taraflı Seslendirme kodunu değerlendirdiğimizde *Los Angeles Times*'da yer alan "Benjamin Netanyahu didn't cause Hamas' terrorist attack on Israel" başlığı, Hamas'ın gerçekleştirdiği terör eylemlerinin nedenlerini sorgulamak ve Netanyahu'yu bu bağlamda temize çıkarmak amacı güden bir söylem geliştirmektedir. Bu bağlamda, başlıkta yer alan "didn't cause" ifadesi, Netanyahu'nun Hamas'ın terör eylemleri üzerindeki sorumluluğunu net bir biçimde reddederek, okuyucuya Hamas'ın saldırılarının tamamen bağımsız bir eylem olarak algılanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, Hamas'ın motivasyonlarını, tarihsel bağlamını ve siyasi dinamiklerini göz ardı ederek, okuyucuların algı çerçevesini daraltmaktadır.

Başlık, okuyucuyu belirli bir ideolojik çerçeveye yönlendirirken, aynı zamanda Netanyahu'yu bir tür kurban pozisyonuna yerleştirmektedir. Bu tür bir sunum, Hamas'ın eylemlerini sorgulamak yerine, Netanyahu'yu bir hedef olarak göstererek, onun uluslararası arenada savunmasız bir konumda olduğu algısını yaratmaktadır. Dolayısıyla, bu başlık, Netanyahu'nun eylemlerinin sorgulanmamasını sağlarken, Hamas'ın eylemlerinin sebepsiz olmasını vurguladığı bir bakış açısı sunmaktadır. Netanyahu'nun Hamas saldırısındaki rolünü sorgularken, Hamas'ın eylemlerinin kökenleri ve bu eylemlerin bağlamı hakkında yeterli bilgi sunmamaktadır. Böylece, Hamas'ın saldırılarının sonuçlarına değil, Netanyahu'nun rolüne odaklanarak, okuyucuların Hamas'ın

saldırılarının siyasi bağlamını sorgulamalarını engellemektedir. Buna göre başlık, okuyucu kitlesinde Netanyahu'ya karşı bir savunma duygusu geliştirmek ve Hamas'ın eylemlerinin gerçek doğasını sorgulatmamak adına etkili bir yöntem olarak işlev görmektedir. Bu başlığın yalnızca bilgilendirmekten öte, okuyucuların olayı anlama biçimlerini sınırlayan ve belirli bir ideolojik duruşu güçlendiren bir nitelik taşıdığı açıktır. Bu tür başlıklar, okuyucuların karmaşık siyasi dinamikleri anlamalarını engellemekte ve belirli bir düşünce biçimini pekiştirerek, medya ortamında taraflı bir algı oluşturma amacını gütmektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Videos Show Hamas Caves at Hospital, Israel Says” başlığı, Taraflı Seslendirme bağlamında incelendiğinde, belirli bir politik anlatıyı destekleyen ve okuyucunun algısını yönlendiren bir yapı sergilemektedir. Başlıkta “Videos Show” ifadesi, bir tür kanıt sunma vaadiyle başlayarak, okuyucuya Hamas'ın faaliyetlerinin somut bir şekilde belgelenmiş olduğunu hissettirmektedir. Ancak, bu ifade yalnızca videoların varlığını değil, aynı zamanda onların içerdiği anlamı ve bağlamı da şekillendirmektedir. “Hamas Caves at Hospital” ifadesi, Hamas'ın eylemlerinin hastane gibi insani bir mekanda gerçekleştiği iddiasını öne sürerek, okuyucuda bir suçlama ve olumsuz bir algı oluşturur. Bu çerçevede, başlık, Hamas'ı bir terör örgütü olarak konumlandırırken, Israel tarafından sunulan bilgilerin sorgulanmamasını teşvik eden bir anlatım geliştirmektedir.

Başlık, Hamas'ın eylemlerini hastane gibi kutsal bir alanla ilişkilendirerek, uluslararası kamuoyundaki insani duyarlılığı lehine kullanmakta ve bu bağlamda Hamas'ı daha da kötü bir imajla damgalamaktadır. “Israel Says” ifadesi, başlığın ikinci kısmında yer almasıyla, verilen bilginin güvenilirliği konusunda bir belirsizlik yaratmaktadır. Ancak, medya okurlarına genellikle resmi bir açıklama gibi görünerek, bu bilginin doğruluğunu ve geçerliliğini güçlendirme çabası

içerisindedir. Bu durum, okuyucuların, Hamas'ın insanlık durumuna dair algılarını şekillendirmekte ve onları belirli bir politik pozisyona yönlendirmektedir.

Bu bağlamda taraflı bir anlatım geliştirerek, medya içeriğinin nasıl algı yönetimi aracı olarak kullanılabileceğini açıkça göstermektedir. Hamas'ın eylemlerinin insani bağlamda nasıl bir anlam taşıdığı yerine, bu eylemlerin doğrudan suçlamalarla gündeme getirilmesi, okuyucuların daha geniş bir perspektiften olayları değerlendirmelerini engellemektedir.

*The Washington Post* gazetesinde yer alan “Strike hits Hamas in Lebanon; Israel says tunnel under U.N. Gaza compound” haber başlığı, okuyucuların algısını belirli bir yönde yönlendirmeyi amaçlamakta ve hem içeriği hem de seçtiği dille belirli bir politik bakış açısını pekiştirmektedir. Başlığın ilk kısmında yer alan “Strike hits Hamas in Lebanon” ifadesi, bir askeri eylemi ve onun hedefini doğrudan belirtmektedir. “Hamas” kelimesinin kullanımı, okuyucuda bu örgütün bir tehdit olarak algılanmasına sebep olmakta ve bu bağlamda, uluslararası toplumun daha geniş bir çerçevede Hamas'a karşı duyduğu olumsuz duyguları pekiştirmektedir. Ayrıca, “Strike” kelimesi, doğrudan bir saldırı anlamına gelirken, bu eylemin meşruluğu konusunda herhangi bir şüphe bırakmamaktadır. Başlığın ikinci kısmında, “Israel says tunnel under U.N. Gaza compound” ifadesi yer almakta ve burada “says” kelimesi, İsrail'in iddialarına dayanak oluşturmaktadır. Bu kullanım, okuyucuda, bu iddiaların kesinlikle doğru olduğu izlenimini yaratmakta ve İsrail'in güvenilir bir bilgi kaynağı olduğu algısını güçlendirmektedir. Ancak, bu durum aynı zamanda okuyucunun dikkatini, U.N. (Birleşmiş Milletler) gibi uluslararası bir kuruluşun adının geçirilmesiyle dikkat çekici bir biçimde başka bir yönde dağıtılmaktadır. Başlığın bu yapısı, okuyucuların bilgiye erişimini ve olayları değerlendirmelerini taraflı bir şekilde sınırlayarak, belirli bir politik duruşu öne çıkarmaktadır.

Hamas'ın eylemleriyle ilişkilendirilen askeri operasyonlar, bu başlık aracılığıyla, meşru bir savunma eylemi olarak sunulmakta ve dolayısıyla, uluslararası kamuoyunda bu tür eylemlere karşı daha az eleştiri yapılmasına neden olmaktadır. Bu başlık, okuyucuların olaya daha geniş bir perspektiften bakmalarını engelleyen bir anlatım dili kullanmaktadır. Hamas'ın eylemleri, İsrail'in önemli bir iddiası ve uluslararası ilişkiler bağlamında yaşanan karmaşık dinamikler, taraflı olarak sunulmakta ve bu durum, okuyucuların daha derinlemesine düşünmelerini zorlaştırmaktadır. Başlığın taraflı yapısı, bilgi aktarmaktan öte, belirli bir görüşü güçlendirme çabası taşımaktadır.

*USA Today* gazetesindeki “Israel says weapons on video ‘totally confirm’ Gaza hospital was Hamas fortress” haber başlığında kullanılan dil, okuyucunun İsrail'in iddialarını sorgulamadan kabul etmesine yol açacak şekilde yapılandırılmıştır. Başlık, İsrail'in sunduğu kanıtları sorgusuz bir şekilde doğrulayan bir söylemi ifade etmektedir. “Israel says” ile başlayan cümle, İsrail'in bu iddialarını doğrudan aktararak bir otorite veya güvenilir bilgi kaynağı olarak sunmaktadır. “Weapons on video ‘totally confirm’” ifadesi, iddianın kesinliği üzerinde durarak, olayın tartışmaya kapalı olduğu algısını yaratmaktadır. Bu dil yapısı, İsrail'in açıklamalarının kesin doğru olarak kabul edilmesini teşvik ederken, başlıkta karşıt veya eleştirel bir bakış açısına yer verilmemektedir. Bu da taraflı seslendirme için oldukça net bir örnektir.

İsrail'in açıklamaları, medya aracılığıyla yaygınlaştırıldığında, okuyucuların zihninde Hamas'ın uluslararası insancıl hukuk kurallarını ihlal ettiği ve sivil alanları askeri amaçlar için kullandığı imajı pekiştirilmektedir. Böylece İsrail'in Gazze'deki askeri operasyonlarına yönelik eleştiriler zayıflatılmaktadır. Başlıkta olayın çok boyutlu doğası göz ardı edilmekte ve tek bir tarafın anlatısı ön plana çıkarılmaktadır. “Totally confirm” gibi kesin yargılar içeren ifadeler,

okuyucunun olayları sorgulama olasılığını zayıflatmaktadır. Ancak bu durum, medyanın tarafsız bir bilgi aktarımı sağlama görevini yerine getirmediği eleştirisini doğurmaktadır. Bu tür söylemler, medya okurlarının olaya daha geniş bir perspektiften bakmasını ve farklı tarafların görüşlerini anlamalarını zorlaştırmaktadır. Sonuç olarak bu başlık, İsrail'in iddialarını mutlak doğru olarak sunarken, karşıt görüşlere ve olayın diğer boyutlarına yer vermemekte, dolayısıyla okuyucuların algısını belirli bir yönde şekillendirmeye hizmet etmektedir.

*The Wall Street Journal*'da yayınlanan "The Case Against Israel Rests on Lies" başlığı İsrail aleyhine yapılan iddiaların yalanlar üzerine inşa edildiğini öne sürerek, bu iddiaların geçersizliğini vurgulayan keskin bir söylem sunmaktadır. Taraflı Seslendirme, okuyucuyu belirli bir algıya yönlendirmek amacıyla kullanılmakta; burada da İsrail'in haklı olduğu ve ona karşı yapılan eleştirilerin gerçek dışı olduğu algısı güçlendirilmektedir. Başlık, özellikle "lies" (yalanlar) kelimesini kullanarak oldukça güçlü bir duygusal çağrışım yaratmaktadır. Yalanlar üzerine kurulu bir argüman, doğrudan güvenilmez ve haksız olarak damgalanmaktadır. Bu bağlamda, başlık, İsrail'e yönelik eleştirilerin temelsiz ve kötü niyetli olduğunu ima ederken, İsrail'i savunmaya yönelik güçlü bir pozisyon almaktadır.

"The case against Israel" ifadesi, İsrail'e yönelik tüm eleştirilerin tek bir blok içinde toplanarak kategorik olarak reddedildiğini göstermektedir. Eleştirilerin farklı boyutlarına ve haklılık paylarına yer verilmemekte, bu eleştirilerin yalnızca "yalanlar" üzerine kurulu olduğu iddia edilmektedir. Başlık, İsrail'i bu eleştirilerin ötesinde bir pozisyonda tutarak, bir yargıya varmak yerine eleştirileri doğrudan manipülatif ve yanıltıcı olarak damgalamaktadır. Bu, İsrail'in savunulması gereken bir taraf olduğunu ifade eden bir dil yapısıyla yapılmaktadır. Bu başlık, küresel medyada algı yönetiminin İsrail lehine nasıl yapılandırıldığını gösteren bir örnektir. Medyanın, politik olayları veya aktörleri ele alırken kullandığı

dil, kamuoyunun düşünce biçimini önemli ölçüde etkiler. Bu başlık, İsrail karşıtı eleştirileri itibarsızlaştırmak için duygusal bir dil kullanmakta ve eleştirilere karşı net bir savunma pozisyonu oluşturmaktadır.

Başlık, sadece İsrail karşıtı görüşlerin yanlış olduğunu iddia etmekle kalmamakta, aynı zamanda bu görüşlerin kötü niyetli bir şekilde “yalan” olduklarını vurgulamaktadır. Bu söylem, İsrail’e karşı olan eleştirilerin etik ve objektif olmaktan uzak, kasıtlı olarak yanıltıcı olduğu düşüncesini okuyucuya telkin etmektedir. Böylece, İsrail’e yönelik eleştiriler karşısında, bu başlıkla medya, İsrail’i mağdur konumuna yerleştirerek, okuyucunun bu eleştirileri sorgulamadan reddetmesini kolaylaştırmaktadır.

Sonuç olarak bu haber başlığıyla, olayların tek yönlü sunumu ve karşıt görüşlerin itibarsızlaştırılması aracılığıyla, kamuoyunun belirli bir yöne yönlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, başlık, eleştirileri geçersiz kılmaya çalışırken, İsrail’e yönelik uluslararası kamuoyunda yaratılan algıyı olumlu hale getirme amacı gütmektedir. İsrail’e yönelik eleştirilerin çeşitliliğine ve ciddiyetine yer vermeden, bu eleştirilerin tamamını “yalanlar” olarak nitelendirerek, karmaşık bir uluslararası durumu basitleştirmektedir. Bu tarz bir anlatı, farklı bakış açılarına yer vermek yerine, tek taraflı bir bakış açısını öne çıkararak çatışmanın kök nedenlerini veya her iki tarafın da dahil olduğu sorumlulukları görmezden gelmektedir.

Seçici Temsil tekniğine örnek olarak; *Los Angeles Times* gazetesinde yer alan “Netanyahu says Gaza war on Hamas will go on for ‘many more months,’ thanks U.S. for new weapons sales” başlığı, incelendiğinde, özellikle belirli aktörlerin ve ülkelerin ön plana çıkarılması, diğerlerinin ise göz ardı edilmesi dikkat çekicidir. Başlıkta İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu’nun açıklamaları merkeze alınmış, ancak Filistin tarafına dair herhangi bir lider veya yetkiliye yer

verilmemiştir. Bu durum, medyada belirli aktörlerin sürekli olarak gündemde tutulması, diğerlerinin ise görmezden gelinmesi yoluyla adaletsiz ve taraflı bir temsil yaratmaktadır.

Netanyahu'nun sürekli olarak öne çıkarılması, bu tür haberlerde sıkça görülen bir örnektir. İsrail'in lideri olarak Netanyahu'nun pozisyonu, savaşın stratejilerini ve kararlarını belirleyen tek aktör gibi sunulmaktadır. Ancak, bu başlıkta ve benzerlerinde Filistin tarafına ilişkin liderlerin, özellikle Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın, sesine yer verilmemesi önemli bir dengesizlik yaratmaktadır. Abbas, Filistin'in siyasi lideri olmasına rağmen, küresel medyada çatışma bağlamında onun görüşleri veya açıklamaları neredeyse hiç öne çıkarılmamaktadır. Bu seçici temsil, yalnızca bir tarafın siyasi ve askeri karar alıcılarının sesinin duyulmasına neden olurken, diğer tarafın görünürlüğünü kısıtlamaktadır.

Tek taraflı liderlik vurgusuyla Netanyahu'nun sözleri, savaşın gidişatını belirleyen en önemli açıklamalar olarak sunulmakta, bu da olayların İsrail'in perspektifinden aktarılmasını sağlamaktadır. Filistin tarafındaki liderlik ve karar mekanizmaları tamamen göz ardı edilmekte, bu da izleyicinin çatışmayı tek bir perspektiften algılamasına yol açmaktadır.

Başlıkta ABD ile ilişkilerin ön plana çıkarılması ise Netanyahu'nun açıklamalarının bir parçası olarak ABD'nin yeni silah satışına teşekkür etmesi vurgulanmaktadır. Bu, İsrail'in uluslararası ilişkilerde güçlü bir konumda olduğunu gösterirken, Filistin'in uluslararası desteği veya müttefikleri hakkında hiçbir bilgi verilmemektedir. Böylece, İsrail'in askeri gücünü ve diplomatik pozisyonunu güçlendiren bir temsil yaratılmaktadır.

Bu başlıkta Netanyahu'nun sürekli öne çıkarılması, diğer aktörlerin sistematik olarak marjinalize edilmesi algı yönetimi stratejisinin bir parçasıdır. Bu seçici temsil, olayların çok boyutluluğunu ortadan kaldırarak sadece belirli bir tarafın



sesinin duyulmasına olanak tanımaktadır. Filistin tarafının liderlerinin veya aktörlerinin sözlerine yer verilmemesi, özellikle çatışmanın uluslararası boyutlarının daha geniş bir bakış açısıyla ele alınmasını engellemektedir. Bu, okuyucuyu yalnızca bir tarafın siyasi ve askeri kararlarına odaklanmaya yönlendirirken çatışmanın çözümüne yönelik olası alternatiflerin tartışılmasını sınırlamaktadır.

Haber başlıklarında sadece belirli liderlerin açıklamalarını ve eylemlerini vurgulaması, izleyicinin olayları dengesiz bir şekilde anlamasına yol açabilmektedir. Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın veya diğer Filistinli liderlerin açıklamalarının veya isimlerinin başlıklarda çok az geçmesi/hiç geçmemesi, Filistin'in siyasi temsilcilerinin uluslararası kamuoyunda görünürliğini sınırlandırmakta; bu durum, çatışmanın iki tarafı olduğu gerçeğini gölgede bırakırken okuyucunun, olayları yalnızca İsrail'in perspektifinden değerlendirmesine neden olmaktadır.

*The New York Times* gazetesindeki, "Israel Plans to Control 'overall Security' of Gaza, Netanyahu Says" başlığı, küresel medyada Seçici Temsil stratejisinin nasıl işlediğini ve bu stratejiyle algı yönetiminin nasıl yapıldığı değerlendirildiğinde; İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu'nun açıklamalarının merkeze alınarak sunulduğu bu başlık, Filistin tarafının ve özellikle Gazze halkının bakış açısını tamamen dışarıda bırakan bir yaklaşıma dayanmaktadır. Bu başlık, İsrail'in Gazze üzerindeki güvenlik kontrolüne yönelik stratejisini sadece Netanyahu'nun söylemi üzerinden okuyucuya sunarak, diğer tarafların -özellikle Filistin liderlerinin ve halkının- görüşlerini veya kaygılarını görmemektedir.

Başlık, Netanyahu'nun kontrol planlarını ve güvenlik stratejilerini vurgulamaktadır. "Netanyahu says" ifadesi ise bu tür haberlerde sıkça rastlanan bir seçici temsil biçimidir. Bu, İsrail Başbakanı'nın söylemlerine sürekli bir görünürlük sağlarken, aynı çatışmanın diğer tarafındaki liderlerin, özellikle

Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın veya Gazze'deki temsilcilerin görüşlerine neredeyse hiç yer verilmediğini göstermektedir. Bu, olayları tek bir perspektiften sunan bir medya stratejisidir ve okuyucuyu bu eksik temsil üzerinden bilgilendirmektedir.

Netanyahu'nun söylemi, güvenliğin "overall security" (genel kontrolünün) İsrail tarafından sağlanacağına odaklanmaktadır. Bu, okuyucuda İsrail'in Gazze'deki durumu tamamen kontrol altına almak zorunda olduğu izlenimini yaratmaktadır. Ancak, başlıkta Gazze halkının veya Filistin yönetiminin bu duruma nasıl yaklaştığına dair herhangi bir bilgi sunulmamaktadır. Bu tür Seçici Temsil, sadece İsrail liderliğinin bakış açısını dikkate alarak, çatışmanın çok yönlü ve karmaşık doğasını göz ardı eden bir algı yaratmaktadır.

Filistinli liderler, özellikle Mahmud Abbas veya Gazze'deki temsilciler, bu tür başlıklarda neredeyse tamamen yok sayılmaktadır. Bu, medya organlarının bir tarafın liderlerini sürekli olarak görünür kılarak diğer tarafı sistematik şekilde sessizleştirilmesi anlamına gelmektedir. Filistin halkının güvenlik endişeleri veya Gazze üzerindeki kontrol planlarına yönelik tepkileri, bu seçici temsil stratejisi kapsamında gölgede bırakılmaktadır. Böylece, Filistin'in temsili ya eksik ya da yoktur.

Bu başlıkta, İsrail'in Gazze üzerindeki güvenlik stratejileri sunulurken, Filistinli aktörlerin dışarıda bırakılması, okuyucuyu çatışmayı yalnızca bir tarafın gözünden anlamaya yönlendirmektedir. Algı yönetimi, özellikle sürekli olarak aynı liderlerin (Netanyahu gibi) temsillerine yer verilerek yapılmaktadır. Bu, bir tarafın sürekli görünür ve aktif bir şekilde karar alıcı olarak sunulmasını, diğer tarafın ise pasif ve etkisiz bir şekilde temsil edilmemesini sağlamaktadır.

Başlıkta kullanılan dilin ve vurgunun adaletsiz bir temsili nasıl güçlendirdiği net bir şekilde görülmektedir. İsrail Başbakanı Netanyahu'nun açıklamaları, sanki Gazze'deki

güvenlik ve istikrar konularında tek meşru otoriteymiş gibi sunulmaktadır. Filistinli liderlerin sesine ve bakış açısına yer verilmemesi, çatışmanın karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü gölgede bırakmaktadır. Filistin'in siyasi iradesi ve Gazze halkının güvenliğe ilişkin beklentileri, bu tür seçici temsiller nedeniyle medyada yeterince yer bulamamaktadır.

Bu, aynı zamanda uluslararası kamuoyunun çatışmayı nasıl algıladığı üzerinde de etkili olmaktadır. İsrail'in "genel güvenliği" sağlamak zorunda olduğu düşüncesi okuyuculara doğrudan aktarılırken, Filistin tarafındaki güvenlik kaygıları, yerel yönetimlerin stratejileri ya da barış girişimleri göz ardı edilmektedir. Sonuç olarak, bu tür bir medya temsili, çatışmanın çözümüne dair olası diyalog ve müzakerelerin yerini tek taraflı bir güvenlik anlatısına bırakmaktadır.

Bu başlık, Seçici Temsil yoluyla küresel medyada tek taraflı bir algı yaratma stratejisinin nasıl kullanıldığını göstermektedir. Netanyahu'nun sesinin sürekli olarak öne çıkarılması ve Filistin liderlerinin söylemlerine neredeyse hiç yer verilmemesi, izleyicinin çatışmayı sadece İsrail'in bakış açısıyla değerlendirmesine neden olmaktadır. Bu tür medya temsilleri, okuyucuyu çatışmanın çok yönlü doğasını anlamaktan alıkoymakta, tek bir tarafın meşruluğunu güçlendirmeye hizmet etmektedir.

*The Washington Post* gazetesinde yer alan, "Netanyahu says Israeli forces 'unintentionally' hit civilians after strike on aid group" başlığı, Seçici Temsil stratejisinin küresel medyada nasıl kullanıldığını ve algı yönetimi üzerinden olayların tek bir tarafın perspektifinden nasıl sunulduğunu anlamak açısından önemli bir örnektir. Başlık, İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu'nun açıklamalarına dayanarak, İsrail ordusunun bir insani yardım grubuna yönelik saldırı sırasında sivillerin yanlışlıkla hedef alındığını ifade etmektedir. Burada, Netanyahu'nun açıklamaları merkeze alınmıştır. Başlıkta kullanılan ifade biçimi, özellikle Netanyahu'nun söylemini vurgulamaktadır: "Netanyahu says" ifadesi, onun olayın tek

açıklayıcısı olarak konumlandırıldığını göstermektedir. Bu, sadece İsrail'in kendi pozisyonunu ve bakış açısını ön plana çıkaran bir seçici temsildir. İsrail'in insani yardım gruplarına yönelik saldırı düzenlediği, fakat bu saldırı sırasında sivillerin “yanlışlıkla” hedef alındığı iddiası, okuyucunun olaya İsrail ordusunun hatasını kabul eden, ancak bunu meşru kılmaya çalışan bir gözle bakmasını sağlamaktadır.

Başlık, Netanyahu'nun açıklamasına dayanarak sivillerin vurulmasının “kasıtsız” olduğunu vurgulamakta ve olayın sorumluluğunu hafifletmektedir. Sivillere yönelik saldırıların kasıtlı olmadığı vurgusu, İsrail'in askeri operasyonlarının haklı olduğu ve hataların zorunlu koşullar nedeniyle gerçekleştiği algısını yaratmaktadır. Bu, okuyucunun İsrail ordusunun faaliyetlerini meşru görmesine yol açan bir temsil stratejisidir.

Bu başlık, Filistinli sivillerin mağduriyetini, yaşadıkları trajediyi ya da insani boyutu tartışmaya açmamayı sağlamaktadır. İsrail'in söylemi merkeze alınırken, Filistinlilerin sesine ve yaşadıkları kayıplara dair bir bilgi yer almamaktadır. Filistinli aktörlerin ve sivillerin temsili, olayın sadece İsrail'in hata yapabileceği, ancak bunun kasıtlı olmadığı bir çerçevede sunulmasıyla marjinalize edilmektedir. Bu şekilde, okuyucunun Filistin tarafındaki insani kayıpları sorgulaması veya bu durumu tartışması engellenmiş olmaktadır.

Bu başlık, algı yönetiminin Seçici Temsil yoluyla nasıl işlediğinin bir örneğidir. Medya, İsrail Başbakanı Netanyahu'nun açıklamalarını öne çıkararak, İsrail'in eylemlerini rasyonel ve meşru göstermeye yönelik bir bakış açısı sunmaktadır. Sivillere yönelik saldırının kasıtsız olduğunu vurgulamak, okuyucuya İsrail'in bu tür hataları istemeden yaptığını dair bir inanç aşılamaktadır. Diğer taraftan, Filistinli sivillerin sesinin duyulmadığı bu temsil, Filistin'in yaşadığı zararların göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bu Seçici Temsil, izleyiciye İsrail'in çatışma ortamında ne denli zor bir görev üstlendiğini ima ederken, Filistin tarafının

hikâyesine veya bakış açısına yer vermemektedir. Bu tür temsiller, okuyucunun Filistin halkının mağduriyetini gözden kaçırmamasına neden olmaktadır.

Bu başlıkta İsrail'in askeri operasyonlarına yönelik eleştirilerin ve tartışmaların büyük ölçüde bertaraf edildiği görülmektedir. Netanyahu'nun söylemi, olayın sadece "unintentionally" (kasıtsız) bir hata olduğunu ima ederken, başlık sivillere yönelik saldırının ahlaki ve insani boyutunu göz ardı etmektedir. Bu, uluslararası hukukun temel prensipleri olan sivil halkın korunmasına dair sorumlulukların tartışmaya açılmasını da engellemektedir.

Filistin tarafının ve mağdur sivillerin yok sayılması, olayların tek bir perspektiften ele alındığını ve bu çerçevede olayların daha karmaşık doğasının göz ardı edildiğini göstermektedir. Seçici Temsil, medya aracılığıyla İsrail'in eylemlerini haklı göstermek amacıyla kullanılmakta ve bu, çatışmanın çok yönlü doğasını anlamaya yönelik çabaları zayıflatmaktadır. Özellikle Filistinli liderlerin, insani yardım gruplarının veya bağımsız gözlemcilerin olaylara dair açıklamaları başlıkta yer almadığı için okuyucunun tek bir perspektiften bilgi alması sağlanmaktadır.

Bu başlık, seçici temsil yoluyla medya tarafından oluşturulan algının nasıl tek bir tarafa hizmet edebileceğini göstermektedir. Netanyahu'nun söyleminin öne çıkarılması ve olayın sadece bir hata olarak sunulması, İsrail'in askeri eylemlerini meşrulaştırmaya yönelik bir çerçeve sunmaktadır. Filistinli sivillerin yaşadığı trajedi ve bu saldırının insani boyutu ise tamamen göz ardı edilmiştir. Bu, uluslararası medyanın çatışmayı tek yönlü ele alarak belirli bir algı yaratma stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilebilir.

*USA Today* gazetesinde "IDF releases footage of tunnel in Gaza where they say Israeli hostages were held" başlığı Seçici Temsil stratejisine göre değerlendirildiğinde; başlıkta İsrail Savunma Kuvvetleri'nin (IDF) Gazze'deki bir tünelde

İsraili rehinelere tutulduğuna dair görüntü yayınladığını belirtmektedir. Burada hem İsrail'in iddialarının merkezde olduğu hem de olayın Filistin tarafının neredeyse hiç temsil edilmediği bir seçici temsil örneği görülmektedir.

Başlık, "IDF releases footage" ve "they say" ifadeleriyle İsrail ordusunun söylemlerine ve açıklamalarına odaklanmaktadır. Bu, haberin tek bir tarafın anlatımıyla şekillendiğini, diğer tarafın (Gazze veya Filistinli grupların) bakış açısının görmezden geldiğini göstermektedir. Başlık, IDF'nin sunduğu görüntüleri vurgularken, bu görüntülerin doğruluğu veya bağımsız kaynaklarca doğrulanıp doğrulanmadığına dair herhangi bir sorgulama yapmamaktadır. Haber, İsrail ordusunun iddiasına dayanarak İsrail'in mağduriyetini ön plana çıkarırken, bu olayın Filistin'deki siviller üzerindeki etkisini, Gazze'deki insani durumu veya bu tür iddiaların daha geniş bağlamını sorgulamamaktadır. Böylece, okuyucuya İsrail'in iddiaları doğrudan verilmekte, diğer olası açıklama veya eleştirilere yer verilmemektedir.

Başlıkta Filistin'in veya Gazze'deki aktörlerin sesi neredeyse tamamen eksiktir. IDF'nin iddiası tartışmasız bir gerçek olarak sunulurken, bu iddianın Filistinliler tarafından nasıl karşılandığına, uluslararası bağımsız kuruluşların bu konuda ne dediğine veya Gazze'deki sivillerin yaşadığı zorluklara dair hiçbir bilgi verilmemektedir. Seçici Temsil, burada İsrail'i mağdur, Filistin'i ise sessiz ve görünmez bir aktör olarak sunmakta; okuyucunun Filistin'in yaşadığı insani krizi ya da bu olayın daha geniş bağlamını düşünmemesine neden olmaktadır.

Bu başlık, İsrail'in Gazze'de rehinelere tutulduğu iddiasını ön plana çıkararak, bu çatışmada İsrail'in mağduriyetini ve haklılığını pekiştirmeye yönelik bir algı yönetimi stratejisi ortaya koymaktadır. İddiaların doğruluğu tartışılmaksızın, olayın İsrail'in anlatısıyla temsili edilmesi, okuyucunun olaya karşı tek taraflı bir algı oluşturmaya neden olmaktadır. Bu durum, İsrail'in güvenlik tehditleri

karşısındaki mücadelesini haklı göstermek amacı taşıyan bir temsil biçimidir. Başlıkta, IDF'nin sunduğu kanıtın tarafsız veya bağımsız gözlemciler tarafından değerlendirilip değerlendirilmediği gibi kritik sorular sorulmamaktadır. Bunun yerine, yalnızca İsrail'in resmi söylemi yansıtılmakta ve bu da İsrail'in savaşıyan taraf olarak daha meşru bir zeminde algılanmasına neden olmaktadır.

Seçici Temsil, burada İsrail'in iddialarının ve çıkarlarının ön planda olduğu bir medya stratejisi olarak kullanılmaktadır. IDF'nin bir tünel bulduğu ve rehinelere tutulduğunu iddia ettiği olay, doğrudan bir bilgi olarak sunulmakta, fakat Filistin tarafının bu olayla ilgili ne söylediği, insani yardım kuruluşlarının bu bölgedeki durumu nasıl değerlendirdiği veya uluslararası toplumun bu olayla ilgili tepkileri görmezden gelinmektedir. İsrail'in güvenlik endişeleri ve askeri operasyonlarına dair iddiaları ön planda tutan bu başlık, olayın tek yönlü bir şekilde sunulmasına neden olmaktadır. Filistinlilerin ve Gazze'de yaşayanların bakış açısı ise tamamen dışlanmakta, olayın daha geniş ve karmaşık yapısı göz ardı edilmektedir. Bu da medyanın, belirli aktörleri nasıl öne çıkararak diğer tarafların hikâyelerini nasıl gölgelediğine dair önemli bir örnek sunmaktadır.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan, “Netanyahu and MBS Make a Play for Mideast Peace” başlığında, İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu ve Suudi Arabistan Veliaht Prensi Muhammed Bin Selman (MBS) iki önemli siyasi aktör olarak Mısır'daki barış girişimlerine atıfta bulunuluyor. Seçici Temsile göre; Netanyahu ismi tam olarak kullanılırken, Muhammed Bin Selman sadece baş harfleriyle (MBS) anılmaktadır.

Başlıktaki en belirgin stratejik ifade, Benjamin Netanyahu'nun tam ismiyle yer alırken Muhammed Bin Selman'ın kısaltmayla verilmesidir. Bu, iki lider arasındaki temsilde dengesizlik yaratmakta ve okuyucunun Netanyahu'yu daha belirgin ve güçlü bir aktör olarak algılamasına neden

olmaktadır. Netanyahu'nun tam ismiyle bahsedilmesi, onun İsrail adına barış sürecinde merkezi bir lider olarak konumlandırıldığını göstermektedir. Öte yandan, Suudi Arabistan Veliaht Prensi Muhammed bin Selman'ın sadece baş harfleriyle verilmesi, okuyucuya onun daha az önemli veya arka planda bir aktör olduğu algısını yaratmaktadır. Oysa Suudi Arabistan, bölgedeki önemli bir güçtür ve Muhammed Bin Selman, barış sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Ancak bu başlıkta, kısaltma kullanılarak onun rolü daha belirsiz ve ikinci planda bırakılmaktadır. Seçici Temsil, burada Netanyahu'yu barış sürecinin merkezi bir figürü olarak sunarken, Suudi Arabistan liderliğini daha pasif bir konuma yerleştirmektedir.

Başlık, Ortadoğu barış sürecine yönelik çabaların iki lider tarafından ortaklaşa yürütüldüğünü ima ederken, aslında bu girişimlerin İsrail merkezli bir çerçevede sunulduğunu göstermektedir. İsrail Başbakanı Netanyahu'nun ismi tam olarak verilerek, okuyucunun dikkatinin İsrail'in çabalarına odaklanması amaçlanmaktadır. Suudi Arabistan'ın bu süreçteki rolü hem ismin kısaltılması hem de kısaltmanın daha az tanındık olması nedeniyle geri planda kalmaktadır. Başlığın dili, İsrail'in daha baskın ve aktif bir aktör olduğu mesajını verirken, Suudi Arabistan'ın katkısını hafifletmektedir. Barış sürecinde İsrail'in merkezi rolüne vurgu yapılarak, bu süreçteki diğer bölgesel güçlerin katkıları göz ardı edilmektedir.

Bu başlık, küresel medyada İsrail'in politikalarının ve liderliğinin nasıl ön plana çıkarıldığını, diğer aktörlerin ise geri planda bırakıldığını gösteren bir örnektir. Netanyahu'nun barış sürecindeki rolünü öne çıkarılarak, İsrail'i bölgede barışı sağlamak isteyen taraf olarak sunması; Muhammed Bin Selman'ın kısaltma kullanılarak temsil edilmesi ise Suudi Arabistan'ın rolünün hafifletildiği bir manipülasyon stratejisi olduğunu söylemek mümkündür.

Bu tema altında yer alan Seçici Vurgu kodunu değerlendirdiğimizde; *Los Angeles Times* gazetesinde yer



alan “Israel clears way to shutter Al Jazeera, described by Netanyahu as a ‘terror channel’” başlığında, İsrail’in Al Jazeera televizyon kanalını kapatma kararı vurgulanırken, İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu’nun bu medya kuruluşunu “terror channel” (terör kanalı) olarak nitelendirdiği özellikle belirtilmiştir. Başlıktaki Seçici Vurgu, okuyucunun Netanyahu’nun ifadesine odaklanmasını sağlamakta ve algıyı İsrail’in Al Jazeera’ya yönelik tutumunu haklı gösterecek şekilde şekillendirmektedir.

Başlıkta, Netanyahu’nun Al Jazeera’yı “terror channel” olarak tanımlaması özel bir vurguyla sunulmuştur. Bu ifade, okuyuculara Netanyahu’nun Al Jazeera’ya karşı net ve sert bir tutum sergilediğini göstermektedir. Bu tür güçlü bir ifade, haberin geri kalanında verilecek olan bilgileri gölgede bırakarak, okuyucunun dikkatini bu yorum üzerine yoğunlaştırmaya sebep olmaktadır. Bu şekilde, İsrail hükümetinin Al Jazeera’ya karşı aldığı kararın nedenleri ve gerekçeleri hakkında düşünülmesi yerine, Al Jazeera’nın “terör” ile ilişkilendirilmesine yönelik bir algı yaratılmaktadır.

Netanyahu’nun ifadesi, güçlü bir duygusal tepki uyandıracak şekilde seçilmiş bir vurgu olarak kullanılmıştır. Özellikle “terror” kelimesi, uluslararası düzeyde negatif ve tehdit edici bir anlam taşımakta ve okuyucunun, Al Jazeera hakkında ön yargılı bir algı geliştirmesine neden olmaktadır. Medya organının kapatılması gibi bir olayı, hükümetin bu medya organını nasıl tanımladığı üzerinden sunarak, okuyucunun algısını bu tanımlama doğrultusunda şekillendirmektedir.

Haber başlığı, kanalın bölgedeki çatışmaların farklı yönlerini nasıl aktardığı, gazetecilik etiği veya basın özgürlüğü gibi daha geniş bağlamları göz ardı ederek, yalnızca Netanyahu’nun tanımlamasına odaklanmaktadır. Bu başlık Al Jazeera’nın gazetecilik faaliyetlerini tartışmaya açmak yerine, doğrudan bir tarafın (İsrail hükümeti) görüşlerini vurgulamaktadır.

*The New York Times* gazetesindeki “Israel’s Security Depends on Rafah” başlığı, Seçici Vurgu koduna göre incelendiğinde: “Israel’s Security Depends on Rafah” başlığı, özellikle İsrail’in güvenliğinin stratejik bir noktada, yani Gazze ile Mısır arasındaki Rafah sınır kapısına bağlanmasıyla, belirli bir perspektifi öne çıkarmaktadır. Başlıkta yer alan “Israel’s Security” vurgusu, okuyucunun olayları öncelikli olarak İsrail’in bakış açısından değerlendirmesini sağlamaktadır. Gazze ve Rafah bölgesinin kontrolü ve bu sınır kapısının açık ya da kapalı olması, Filistin halkı için hayati önem taşıırken, başlık sadece İsrail’in güvenliğine odaklanmaktadır. Bu, İsrail’in güvenlik çıkarlarının başlıca ve öncelikli mesele olduğu bir algı yaratmaktadır. Aynı zamanda Filistinlilerin insani ihtiyaçları, yaşam koşulları ve özgürlükleri gibi konular göz ardı edilmekte ve başlık, bu meseleleri arka plana itmektedir. Bu durum, Seçici Vurgunun tipik bir örneğidir; bir tarafın güvenliği ve hakları öne çıkarılırken, diğer tarafın gerçekliği dışlanmaktadır. Başlık, İsrail’in güvenliği üzerine odaklanarak, Rafah kapısının bölgedeki en kritik güvenlik unsuru olduğu izlenimini uyandırmaktadır. Ancak bu vurgu, Filistin’in sosyo-ekonomik durumu ve halkın yaşam koşulları gibi diğer önemli unsurları göz ardı etmektedir. Gazze’de milyonlarca Filistinlinin, Rafah sınır kapısının insani yardım, ticaret ve hareket özgürlüğü için hayati bir geçiş noktası olduğuna dair herhangi bir bilgi verilmemiştir. İsrail’in güvenlik kaygılarının meşru olabileceği kabul edilse de bu kaygılar başlığın temel unsuru haline getirilmiş ve Filistin’in bakış açısı tamamen dışlanmıştır.

Başlık, yalnızca İsrail’in güvenliğini ve Rafah’ın bu güvenlik üzerindeki etkisini vurgularken, Filistin’in yanı sıra diğer önemli bölgesel aktörlerin de rolünü dışlamaktadır. Özellikle Mısır, bu sınır kapısının kontrolünde kilit bir role sahiptir; ancak başlıkta Mısır’ın adı dahi geçmemektedir. Bu da olayın tam anlamıyla kavranmasını engelleyerek okuyucuların dikkatini sadece İsrail’e yönlendirmektedir. Mısır’ın sınır kontrolü, Rafah kapısının açılıp kapanmasındaki politik etkisi

ve Gazze'ye yönelik insani yardımlar üzerindeki rolü, başlıkta tamamen göz ardı edilmiştir. Seçici Vurguyla; başlıkta yalnızca İsrail'i merkeze alarak, bölgedeki diğer önemli dinamikleri ve aktörleri arka plana atmaktadır.

*The Washington Post* gazetesindeki "Tensions in the Middle East are Rising Beyond Israel. Here's Where", başlığı iki tekniğin yer aldığı örneklerden biridir. Burada hem Olumsuz İlişkilendirme hem de Seçici Vurgu tekniği mevcuttur.

"Tensions in the Middle East are Rising Beyond Israel. Here's Where" başlığı, öncelikle Orta Doğu'daki gerginliklerin genel bir değerlendirmesi gibi görünse de bu olayların bağlamını ve öncelik sırasını İsrail'in merkezine oturtarak okuyucunun algısını şekillendirmektedir. Başlık, Orta Doğu'daki gerginliklerin geniş kapsamlı bir değerlendirmesini sunmayı vaad ederken, bu olayların İsrail'in etrafında döndüğü izlenimini yaratmaktadır. "Tensions in the Middle East are Rising Beyond Israel" ifadesi, Orta Doğu'daki gerginliklerin temel sebebi olarak İsrail'in varlığını veya pozisyonunu işaret etmektedir. Buradaki Seçici Vurguyla, İsrail'i bölgedeki tüm olayların merkezine yerleştirmekte ve bölgenin karmaşık dinamiklerini tek bir eksene indirgemektedir. Oysa Orta Doğu'daki gerginlikler; tarihi, politik, etnik ve mezhepsel farklılıklardan beslenen çok katmanlı bir yapıya sahipken; başlık, okuyucuyu İsrail merkezli bir algıya yönlendirmektedir.

İsrail, Batı medyasının haberlerinde genellikle Orta Doğu'daki çatışma ve gerginliklerin merkezinde yer almaktadır. Bu da diğer önemli aktörlerin, örneğin İran, Suudi Arabistan, Mısır, Suriye ya da Filistin'in rolünü ve yaşadıkları sorunları arka plana itmektedir. Böylece bölgedeki diğer ülkelerin politik dinamikleri göz ardı edilmekte ve okuyucunun dikkatinin yalnızca İsrail'e odaklanması sağlanmaktadır. Başlık, Orta Doğu'da yükselen gerginliğin İsrail'in ötesine taşındığını ifade ederken, yalnızca İsrail'i öne çıkararak, bölgedeki diğer dinamikleri ve tarihsel arka planı göz ardı etmekte, olayları basitleştiren bir seçici vurgu

yapmaktadır Ancak Orta Doğu'daki gerginliklerin nedenleri, tarihsel olarak sadece İsrail'le sınırlı değildir. Mezhepsel ayrılıklar, bölgesel güç dengeleri, dış müdahaleler ve petrol gibi kaynaklar üzerindeki rekabet de gerginliklerin başlıca nedenleri arasındadır.

Başlık, Orta Doğu'daki olayların “İsrail'in ötesine” yayıldığını belirtse de, bu gerginliklerin hangi aktörler arasında yaşandığına dair bir bilgi vermemektedir. Başlıkta İsrail merkeze alınırken, diğer bölgesel aktörlerin, özellikle de Filistin, Lübnan, İran ve Suudi Arabistan gibi ülkelerin rolleri ya tamamen göz ardı edilmekte ya da yalnızca ikincil bir önem atfedilmektedir.

Bu başlıkta da İsrail'in merkezi bir unsur olarak öne çıkarılması, Batı medyasının İsrail'le olan tarihsel yakınlığını yansıtmaktadır. Filistin, Lübnan, İran gibi ülkeler ya da bölgede yaşanan insani krizler ise bu tür haberlerde genellikle geri planda kalmaktadır. Bu durum, küresel medya haber kurgusunun, Orta Doğu'daki olayları belirli bir anlatı içinde sunarak, okuyucunun dikkatini yalnızca bir bölge ya da aktör üzerine odaklamasıyla ilgilidir.

*USA Today* gazetesinde yer alan, “‘I literally feel sick’: 9/11 families rage at LIV-PGA merger. But money talks” başlığında Seçici Vurgu, Suudi Arabistan'ın imajına yönelik bir eleştiri eksenini etrafında inşa edilmiştir. Başlıkta kullanılan “9/11 families rage” (11 Eylül ailelerinin öfkesi) ifadesi, Suudi Arabistan'ı dolaylı yoldan 11 Eylül Saldırılarıyla ilişkisini vurgulayarak, Suudi Arabistan'ın uzun süredir tartışmalı olan bu tarihsel bağını yeniden gündeme getirmektedir. 11 Eylül Saldırılarındaki Suudi uyruklu failerin varlığı, bu ülkeye karşı oluşan olumsuz algıları pekiştirmek için stratejik olarak kullanılmıştır. Bu tür Seçici Vurgu, olayın bağlamından bağımsız olarak, Suudi Arabistan'ın finansal gücü üzerinden yapılan bir birleşmeyi, geçmişteki saldırılarla ahlaki bir çerçeve içine alarak okuyucunun dikkatini bu ilişkiye çekmektedir.

Başlıkta yer alan bu ifade, Suudi Arabistan'ın modern imajını ve özellikle spor aracılığıyla yürüttüğü “yumuşak güç” stratejisini sorgulatmakta ve okura bu ülkenin yalnızca finansal çıkarlar doğrultusunda hareket ettiği mesajını iletmektedir. Suudi Arabistan'ın LIV Golf aracılığıyla küresel spor dünyasında daha fazla yer edinme çabası, bu başlıkta geçmişteki politik olaylarla ilişkisini vurgulamaktadır.

Başlıkta yer alan “I literally feel sick” ifadesinin vurgulanması, okuyucunun dikkatini duygusal bir tepkiye çekmektedir. Suudi Arabistan'ın spor dünyasındaki yatırımları ahlaki açıdan sorgulanırken, başlıktaki bu vurgu, okuyucuda Suudi Arabistan'a karşı olumsuz bir duygusal tepki oluşturmayı hedeflemektedir. 11 Eylül Saldırıları gibi büyük bir trajediyle Suudi Arabistan arasındaki geçmiş bağ sürekli vurgulanarak, bu ülkenin modern girişimleri etik bir eleştiri çerçevesine oturtulmaktadır. Bunun yanı sıra, okuyucunun empati duyguları harekete geçirilerek, bu ülkenin maddi gücüne dayanan faaliyetlerinin ahlaki olarak meşru olmadığı ima edilmektedir.

Başlıkta kullanılan “But money talks” ifadesi, finansal gücün her türlü etik ve ahlaki değer üzerinde yer aldığına dair bir vurgu yapmaktadır. Suudi Arabistan'ın küresel çapta spor, turizm ve ekonomi alanlarında yaptığı yatırımlar, bu başlıkta yalnızca maddi çıkarlar çerçevesinde ele alınmakta ve ahlaki bir perspektiften sorgulanmaktadır. Suudi Arabistan, son yıllarda spor yatırımlarıyla yumuşak güç stratejisi uygulamaktadır; ancak bu başlık, bu stratejinin sadece “para konuşur” anlayışıyla yönlendirildiğini vurgulayarak, bu girişimlerin ahlaki bir zemin üzerinde olmadığı algısını yaratmaktadır. Bu tür bir Seçici Vurgu, Suudi Arabistan gibi aktörlerin finansal gücüyle elde ettikleri pozisyonları eleştirirken, diğer aktörlerin benzer stratejilerine aynı ölçüde dikkat çekmez. Örneğin, ABD'li ya da Avrupa merkezli büyük şirketlerin spor sponsorlukları ve yatırımları genellikle etik bir çerçevede sorgulanmazken, Suudi Arabistan'ınki gibi

aktörlerin girişimleri ahlaki bir ikilem olarak sunulmaktadır. Bu da küresel medyanın Suudi Arabistan’a yönelik seçici eleştirilerini ortaya koyan önemli bir göstergedir.

Bu başlık, Suudi Arabistan’ın uluslararası alanda yumuşak güç kullanma çabalarının nasıl bir algı yönetimi stratejisiyle karşı karşıya kaldığını göstermektedir. Başlıkta yer alan 11 Eylül Saldırıları ve bu saldırılara atfedilen ailelerin öfkesi, Suudi Arabistan’ın bugünkü girişimlerini ahlaki bir eleştiri çerçevesinde sunma amacını taşımaktadır. Bu tür Seçici Vurgular, Suudi Arabistan’ın geçmişteki olaylarla ilişkisine dikkat çekilerek sürekli bir şekilde olumsuz bir algı yaratılmasını sağlamaktadır.

Küresel medyada bu tür başlıklar, Suudi Arabistan gibi ülkelerin uluslararası alanda kazandığı finansal ve politik güçleri gölgelemek için kullanılmaktadır. Özellikle Batı medyasında, Suudi Arabistan gibi zengin petrol ülkeleri, finansal güçleri aracılığıyla global sahnede önemli bir yer edinirken, bu başarıları sıklıkla etik açıdan sorgulanmaktadır. Bunun sonucunda, Suudi Arabistan’ın spor, kültür ve turizm alanındaki yatırımları genellikle ahlaki vurgularla ele alınmaktadır.

*The Wall Street Journal* gazetesinde bulunan “U.N. Calls for Investigation of Deaths at Hospital that Israel Says Was Hamas Command Center” başlığı da bu çerçevede değerlendirildiğinde, dikkat çekici bir Seçici Vurgu örneği olduğu söylenebilir. Başlık, yaşanan olayın “U.N. Calls for Investigation” ve “Deaths at Hospital” ifadeleriyle iki yönünü bir arada sunmasına rağmen, asıl vurgu İsrail’in söylemi üzerine yoğunlaşmıştır. Başlık seçici vurguyla İsrail’in iddialarını daha fazla ön plana çıkararak sunmaktadır.

Başlık, “U.N. Calls for Investigation” ifadesiyle U.N.’nin bir soruşturma talep ettiğini belirtirken, U.N.’nin insan hakları bağlamında olayın üzerine gitmesi gerektiğini vurgulayan bir dil yerine, İsrail’in iddiası “Hamas Command

Center” ( Hamas komuta merkezi) ifadesiyle doğrudan ve güçlü bir şekilde okuyucuya iletilmektedir. Bunun, olayın soruşturulması gerekliliğini geri planda bırakarak, İsrail’in söylemini vurgulayan bir yapı olduğu görülmektedir.

“ Hamas Command Center” ifadesi, olayın terörizm ve güvenlik eksenine odaklanmasına neden olurken, ölümler gibi insani boyutları marjinalleştirmektedir. Başlık, hastanedeki ölümleri bir güvenlik tehdidi bağlamında sunarak, okuyucunun olayları insani açıdan değil, terörizm ve güvenlik perspektifinden değerlendirmesine neden olmaktadır. Hamas’ın adının doğrudan geçmesi, İsrail’in anlatısına meşruiyet kazandırmaya yönelik bir vurgu yaparken, hastanedeki sivil ölümleri ve olayın trajik boyutlarını gölgede bırakmaktadır.

Seçici Vurgu, bu bağlamda, İsrail’in olayda haklı olduğu ve hastanenin gerçekten bir Hamas komuta merkezi olduğu algısını güçlendirmektedir. Bu algı yönetimi stratejisi, uluslararası kamuoyunun İsrail lehine tutum geliştirmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Başlıkta yer alan Seçici Vurgu, okurun U.N.’nin soruşturma talebini anlamlandırmasını zorlaştırırken, olayın çok boyutluluğunu göz ardı ederek tek taraflı bir anlatı oluşturmaktadır. Başlık, okuyucunun İsrail’in güvenlik kaygılarını anlama yönünde bir eğilim geliştirmesini sağlayacak şekilde kurgulanmıştır. Sonuç olarak, bu başlık, Seçici Vurgu kullanımıyla okuyucunun olayları belirli bir çerçevede değerlendirmesini sağlamaktadır. İsrail’in güvenlik kaygıları vurgulanırken, diğer aktörlerin ve olayın insani boyutlarının arka planda bırakılması, medyanın olayları nasıl manipüle ettiğine dair bir örnektir.

### **3.2.7. Çerçeveleme Teması’na Dair Genel Değerlendirme**

Haber başlıklarının Çerçeveleme Teması altında Asimetrik Bilgi Sunumu, Taraflı Sesiendirme, Seçici Temsil ve Seçici Vurgu gibi stratejilerle kurgulanması sonucu toplumların

olayları belirli bir açıdan algılamalarını sağlama süreci küresel algı yönetiminin bir parçasıdır.

Asimetrik Bilgi Sunumu ve Taraflı Seslendirme, medyanın bir tarafın söylemlerini güçlendirmesi ya da diğer tarafın sesini göz ardı etmesi gibi yöntemlerle, toplumun belirli ideolojik çerçevede düşünmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, “War in Israel Rocks the World” gibi başlıkların, savaşın karmaşıklığını ve diğer coğrafyalara etkilerini yok sayarak tek bir ülkenin mağduriyetine odaklanması, okuyucunun olayı çok yönlü değerlendirme yetisini kısıtlamaktadır. Aynı şekilde, “How humanitarian aid in Gaza is being used as an instrument of war” gibi ifadeler, yardımı yalnızca çatışmanın bir parçası olarak göstererek, okuyucuda yardım kuruluşlarına yönelik olumsuz bir algı oluşturmaktadır. Taraflı Seslendirme örneklerinde, USA Today gibi yayın organlarının İsrail-Filistin çatışmalarını aktarma biçimi, belirli aktörlerin sesini öne çıkarıp diğer tarafları marjinalize etmektedir. “War in Israel Rocks the World” gibi başlıklar, çatışmanın yalnızca İsrail merkezinde yoğunlaştığı izlenimi yaratırken, Filistin perspektifini görmezden gelmektedir.

Seçici Temsil ve Seçici Vurgu yöntemleri, olayların ve aktörlerin medyada adaletsiz bir şekilde yer almasını sağlayarak okuyucuların karmaşık siyasi ilişkileri tek yönlü algılamasına neden olmaktadır. İsrail Başbakanı Netanyahu’nun sürekli lider olarak öne çıkarılması, Filistinli liderlerin uluslararası görünürlüğüne sınırlandırarak kamuoyunda taraflı bir algı yaratmaktadır. Aynı zamanda, belirli liderlerin sürekli olarak görünür kılınması, okuyucuda bir tarafın haklı ve meşru, diğer tarafın ise görünmez olduğu algısını pekiştirmektedir. Örneğin, The Washington Post’taki “Israel’s Security Depends on Rafah” başlığı, Gazze sınır kapısının İsrail’in güvenliği için kritik olduğu mesajını verirken, Filistinlilerin insani ihtiyaçlarını geri planda bırakmaktadır.



Bir haber metninin en dikkat çekici yer olan haber başlıkları aracılığıyla yapılan algı yönetiminde belirli ülkelerin, liderlerin ve olayların nasıl çerçevelenerek toplumlara aktarıldığını, bu sayede karmaşık uluslararası ilişkilerin belirli bir ideolojik çerçevede sunulabildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, medya aracılığıyla toplumların belirli düşünce kalıplarına yönlendirilmesine ve çok yönlü analizler yapmalarının engellenmesine yol açmaktadır. Küresel algı yönetimi, özellikle medya aracılığıyla toplumların olayları belirli bir perspektiften görmesini sağlayarak güç dengelerinin korunmasında stratejik bir rol üstlenmektedir. Medya başlıkları ve içerikleri, olayların algılanışını şekillendirmekte, okuyucuların geniş bir bağlamda olayları ele almasını çoğu zaman sınırlamaktadır.

Haber başlıkları izleyiciye olayları belirli bir bakış açısında sunarken, karmaşık uluslararası dinamikleri basitleştirerek okuyucuların küresel politikaların algılanış biçimini doğrudan etkilerken, güç ilişkilerinin kamuoyunda korunmasına da katkı sağlamaktadır. Özellikle İsrail-Filistin çatışmasında görülen Çerçeveleme temasında; Asimetrik Bilgi Sunumu, Tarafli Seslendirme, Seçici Temsil ve Seçici Vurgu stratejileri, küresel medyanın tarafsız bilgi aktarımı sağlamaktan ziyade belirli çıkarları ön plana çıkardığını ortaya koymaktadır. Bu durum, toplumsal algının belirli ideolojik yapıların etkisi altında şekillenmesine belirli bir düşünce biçiminin benimsenmesine yol açmaktadır. Başlıklar aracılığıyla haberlerin içerik ve sunumunu yöneterek karmaşık olayları ve ilişkileri daha basit veya anlaşılır hale getirmekte; bu durum, okuyucunun olayları farklı bakış açılarından değerlendirme imkânını sınırlayarak, toplumsal algının tek bir pencereden şekillendirilmesine neden olmaktadır. Örneğin, savaş veya çatışma haberlerinde belirli bir tarafın mağduriyeti ya da güvenlik kaygıları sıklıkla ön plana çıkarken, diğer tarafın perspektifi ya da insani durumu ya arka planda bırakılmakta ya da tamamen göz ardı edilmektedir. Bu durum, izleyici kitlesinin sadece bir tarafın hassasiyetleriyle empati kurmasına ve olayları tek boyutlu algılamasına sebep olmaktadır.

Taraflı Seslendirme, medya tarafından kamuoyunun belirli bir olay veya aktöre yönelik algısının şekillendirilmesinde kullanılan diğer bir stratejidir. Bu yöntem, belirli ifadeler ve güçlü dil kullanımıyla olayları veya aktörleri pozitif ya da negatif bir çerçevede sunarak okuyucunun bu yönde düşünmesini teşvik etmektedir. Örneğin, çatışma haberlerinde bir tarafın güvenlik gerekçeleri güçlü ifadelerle aktarılırken, diğer tarafın yaşadığı insani trajediler ya daha nötr ifadelerle ele alınmakta ya da görmezden gelinmektedir.

Seçici Temsil ve Seçici Vurgu ise medya tarafından olayların ya da aktörlerin belirli yönlerine dikkat çekerek, diğer boyutlarını göz ardı etme veya azaltma yoluyla yapılmaktadır. Bu strateji, güçlü ülkelerin ya da medyanın daha yakın ilişkiler içinde olduğu aktörlerin görüşlerini ön plana çıkarmakta, zayıf ya da marjinalize edilmiş tarafların sesini kısarak veya tamamen dışlayarak izleyicinin olayları tek bir tarafın gözünden anlamasını sağlamaktadır. Bu durum, toplumsal algının belirli aktörler ve olaylar etrafında şekillendirilmesine yol açarken, çatışmalarda veya uluslararası meselelerde tarafların eşit bir biçimde temsil edilmesini engellemektedir. Özellikle çatışma bölgelerinden gelen haberlerde bir tarafın liderlerinin sürekli görünür olması, diğer tarafın ise ya sessiz bırakılması ya da pasif bir şekilde sunulması bu stratejinin bir yansımasıdır. Böylelikle okuyucu, medyada sürekli olarak öne çıkarılan lider veya ülkenin çatışmadaki pozisyonunu daha meşru veya haklı olarak algılayabilmektedir.

Bu tema ve yöntemlerle, küresel siyasetin ve çatışmaların uluslararası kamuyoyunda algılanış biçimini büyük ölçüde etkilemektedir. Medyanın olayları tek boyutlu bir şekilde çerçeveleyerek sunma eğilimi, toplumların karmaşık uluslararası ilişkileri veya çatışmaları bütüncül bir şekilde anlamalarını engellemekte; genellikle belirli güç dengeleriyle uyumlu bir algı oluşturulmasına yol açmaktadır. Sonuç olarak, medya içerikleriyle şekillendirilen bu Çerçeveleme, toplumların uluslararası meselelere dair eleştirel düşünme ve

alternatif bakış açıları geliştirme yetisini sınırlandırmaktadır. Bu durum, dair tek taraflı ve yüzeysel bir bilgi akışı sağlayarak toplumsal algının belirli güç merkezlerinin çıkarlarına göre şekillendirilmesine hizmet etmektedir.

Sonuç olarak; bu tema altında incelenen haber başlıkları, Çerçeveleme Teması altında Asimetrik Bilgi Sunumu, Taraflı Seslendirme, Seçici Temsil ve Seçici Vurgu gibi stratejilerin, okuyucunun olayları tek boyutlu ve belirli bir ideolojik çerçevede ele almasını sağladığını göstermektedir. Çatışma haberlerinde, belirli ülkelerin güvenlik endişeleri ya da liderlerinin söylemleri öne çıkarılarak, okuyucunun yalnızca belirli bir bakış açısını benimsemesi sağlanmakta; diğer aktörlerin perspektifi ve insani yönler ise genellikle geri planda bırakılmaktadır. Bu durum, toplumlarda güçlü bir taraflılık etkisi yaratmakta, okuyucuların çok boyutlu ve karmaşık olaylara dair algılarının sınırlandırılmasına yol açmaktadır.

### 3.2.8. Dilsel Manipülasyon Teması ile Algı Yönetimi

*Tablo 7: Dilsel Manipülasyon Teması*

| Dilsel Manipülasyon Teması           |                   |                    |                     |                 |                     |                   |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------|---------------------|-------------------|
| Yönteme Dair Kodlar                  | Los Angeles Times | The New York Times | The Washington Post | USA Today       | Wall Street Journal | TOPLAM            |
| Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı | 1(n=6)            | 1(n=18)            | 1(n=10)             | 1(n=32)         | 1(n=76)             | <b>142</b> (%49)  |
| Eupheizm (Örtmece)                   | 1(n=6)            | 1(n=3)             | 1(n=3)              | 1(n=4)          | 1(n=9)              | <b>25</b> (%9)    |
| Dikotomi                             | 1(n=1)            | 1(n=2)             | 1(n=2)              | 1(n=1)          | 1(n=9)              | <b>14</b> (%5)    |
| Odak Kaydırma                        | 1(n=5)            | 1(n=1)             | -                   | 1(n=6)          | 1(n=12)             | <b>24</b> (%8)    |
| Dramatize Etme                       | 1(n=15)           | 1(n=9)             | 1(n=5)              | 1(n=6)          | 1(n=47)             | <b>82</b> (%29)   |
| <b>TOPLAM</b>                        | <b>33</b> (%11)   | <b>33</b> (%11)    | <b>20</b> (%6)      | <b>49</b> (%18) | <b>153</b> (%54)    | <b>288</b> (%100) |

Bu tabloya göre, “Dilsel Manipölasyon Teması” üzerine gazetelerdeki “Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı”, Eupheizm (Örtmece)”, “Dikotomi”, “Odak Kaydırma” ve “Dramatize Etme” kodlarına dair bulgular şu şekildedir:

Bu temada değerlendirilen kodlar dikkate alındığında sırasıyla en fazla 153 haber başlığıyla The Wall Street Journal’da tespit edilmiş, ardından USA Today 49, Los Angeles Times ve The New York Times 33, The Washington Post ise 19 içerikle tabloda yer almıştır.

“Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı” en fazla The Wall Street Journal’da görülmüş olup, toplamda 76 kez kullanılmıştır. USA Today’de 32, The New York Times’ta 18, The Washington Post’ta 10, Los Angeles Times’ta ise 6 içeriğe rastlanılmıştır. Genel toplamda bu yöntem 142 kez kullanılmıştır. “Euphemizm (Örtmece)” en fazla Wall Street Journal’da 9 yer alırken, diğer gazetelerde daha düşük frekansta gözlemlenmiştir. Los Angeles Times 6, The New York Times ve The Washington Post’ta 3, USA Today’de ise 4 haber başlığında kullanılmıştır. Bu yöntemin toplam kullanım sayısı 25’tir. “Dikotomi”, The Wall Street Journal’da 9, The New York Times ve The Washington Post 2, Los Angeles Times ve USA Today’de ise 1’er içerikte bulunmuştur. Bu temadaki toplam frekansı 14’tür. “Odak Kaydırma” en çok The Wall Street Journal’da 12 içerikle tespit edilirken USA Today’de 6, Los Angeles Times’da 5 ve The New York Times’da 1 başlıkta saptanmıştır. The Washington Post’ta ise bu kodun yer aldığı bir içerik bulunamamıştır. Odak Kaydırma, bu tema altında toplamda 24 içerikte gözlemlenmiştir. Ayrıca, “Dramatize Etme” yine en fazla 47 içerikle The Wall Street Journal’da kullanılmış, Los Angeles Times’ta 15, The New York Times’ta 9, USA Today’de 6 ve The Washington Post’ta 5 içerikle genel toplamda 82 başlıkta kullanılmıştır. Sonuç olarak, tablo genelinde tüm yöntemlerin toplamda 287 kez kullanıldığı tespit edilmiştir.

Bu tema altındaki Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı koduna göre: *Los Angeles Times* gazetesinin “Drone strikes at Syrian military ceremony leave 80 dead and 240 wounded” başlığında saldırıyı düzenleyen taraf belirtilmemiş, yalnızca “drone strikes” ifadesiyle saldırının gerçekleşme biçimine atıfta bulunulmuştur. Ancak, bu saldırının failleri kimdir, hangi grup ya da devlet tarafından gerçekleştirilmiştir gibi kritik sorular yanıtsız bırakılmıştır. Bu belirsizlik, saldırının sorumluluğunu gizleyerek, okuyucunun olaya dair suçlayıcı veya eleştirel bir algı oluşturmamasını engellemektedir. “Drone strikes” ifadesi, saldırının nasıl gerçekleştiğini açıklasa da bu saldırıyı kimin gerçekleştirdiğini söylememektedir. Faillerin kimliğine dair herhangi bir bilgi vermeyen bu dil kullanımı, saldırıyı düzenleyen tarafın kimliğini gizlerken, kim tarafından gerçekleştirildiği belli olmayan saldırılar, olayın failleri hakkında okuyucunun bir yargıya varmasını engellerken ve saldırgan tarafın doğrudan eleştirilmesini hafifletmemektedir.

Başlıkta kullanılan “leave 80 dead and 240 wounded” ifadesi ise Pasif Dil Kullanımıyla dikkat çekmektedir. Saldırının dramatik sonuçlarına vurgu yapılırken, olayın failleri ya da saldırının nedenleri hakkında herhangi bir bilgi verilmemektedir. Saldırının faili net bir şekilde belirtilmediği için, okuyucu sadece sonuca odaklanmakta ve olayın nedenini sorgulamamaktadır. Bu dil kullanımı, saldırıyı gerçekleştiren tarafı doğrudan hedef göstermediği için, tepkinin faile yönelmesini önlemektedir.

Suriye’deki askeri bir törene yapılan saldırının sonuçları dramatik olmasına rağmen, saldırıyı gerçekleştiren aktörler hakkında hiçbir bilgi verilmemesi, olayın karmaşık politik boyutlarının basitleştirilmesine de neden olmaktadır. Başlıkta yer alan belirsiz özne kullanımı, okuyucunun saldırıyı kimin düzenlediğini öğrenmesini engelleyerek olaya dair objektif bir değerlendirme yapılmasını zorlaştırmaktadır.

*The New York Times* gazetesindeki “Looted artifacts returned to Lebanon” başlığı, Belirsiz Özne ve Pasif

Dil Kullanımı açısından incelendiğinde, olayın faillerinin gizlendiği ve algı yönetimi stratejisinin devrede olduğu anlaşılmaktadır. Başlıkta, “looted” (çalınmış) ifadesiyle bir olayın gerçekleştiği belirtilirken, bu yağmalamayı kimin gerçekleştirdiği konusunda herhangi bir bilgi verilmemektedir. Bu, özellikle yağmayı yapan tarafın kimliği üzerine oluşabilecek olumsuz bir algıyı engelleme amacı taşımaktadır. Failin belirsiz bırakılması, yağmanın kim tarafından yapıldığı sorusunu yanıtsız bırakarak, sorumluluğun muğlak kalmasına yol açmaktadır. Böylece, başlık okuyucuya suçlayıcı bir mesaj iletmezken, olaya dair suçlayıcı ya da eleştirel bir yaklaşım geliştirilmesi engellenmiş olmaktadır.

Aynı zamanda, “returned to Lebanon” (Lübnan’a iade edildi) ifadesinde kullanılan pasif dil, bu iadenin kimin tarafından gerçekleştirildiğini açıkça belirtmemektedir. Bu tarz Pasif Dil Kullanımı, özellikle iade sürecinde hangi aktörlerin yer aldığını gizleyerek, olayın karmaşıklığını basitleştirmekte ve okuyucunun eleştirel bir soruşturma yürütmesini zorlaştırmaktadır. Başlıkta iade işlemini gerçekleştiren özne belirsiz bırakılarak, olayın derinlemesine sorgulanması engellenmektedir. Ayrıca, başlık yalnızca olumlu bir gelişmeye (iadenin gerçekleşmesi) odaklanarak, yağma olayının ardındaki suçlu tarafı gündeme getirmekten kaçınırken sorumluluğu üstü kapalı bir şekilde gizleyerek tepkiyi yumuşatmakta ve negatif algıyı da azaltmaktadır.

*The Washington Post* gazetesinin “Historic church sheltering civilians struck in deadly Gaza City blast” başlığında kiliseye yönelik saldırıyı gerçekleştiren taraf belirtilmemektedir. Saldırının faili, eylemin sorumlusu veya patlamaya neden olan güç hakkında da bilgi verilmemiştir. Bu, okuyucuda bir belirsizlik yaratmakta ve özellikle olumsuz bir olayın suçlusu hakkında düşünmeyi engellemektedir. Ayrıca, başlıktaki “struck” (vuruldu) ve “blast” (patlama) ifadeleri, olayın nasıl gerçekleştiğine dair detayları gizlemektedir. Pasif Dil Kullanımıyla, saldırının faili ya da patlamanın

sebebi sorgulanmadan, sadece sonuç vurgulanmaktadır. Özellikle çatışma bölgelerinde kullanılan bu tür pasif ifadeler, sorumluluğu doğrudan bir tarafa yüklemekten okuyucunun olayı daha soyut bir şekilde algılamasına neden olmaktadır. Bu da tarafsızlık izlenimi yaratarak, medya organının taraf tutmadığı hissini vermektedir.

Başlıkta kilisenin “sheltering civilians” (sivilleri barındıran) olarak tanımlanması, okuyucunun empati yapmasını teşvik eden güçlü bir unsurdur. Bu ifade, saldırının sadece bir kiliseyi değil, savunmasız sivilleri de hedef aldığını bildirmektedir. Ancak, eylemi kimin gerçekleştirdiğine dair bilgi verilmediğinden, okuyucular kendi önyargıları ya da bilgilerine göre failin kim olduğunu tahmin etmeye yönlendirilmektedir. “sheltering civilians” (sivilleri barındıran) ifadesi, kilisenin masumiyeti ve trajedinin boyutunu ön plana çıkarsa da kimin bu olaya neden olduğu konusundaki belirsizlik, olumsuz bir algı oluşumunu engellemektedir. Tarihi ve kutsal bir mekân olan bir kilisenin vurulması, özellikle Batı’daki okuyucular için duygusal bir tetikleyici olabilecektir. Bu, saldırının boyutunu daha büyük bir trajedi olarak algılanmasına neden olmaktadır. Ancak, bu duygusal tepkiyi güçlendiren başlıkta saldırının kaynağının belirsiz bırakılması, suçlu tarafın netleşmemesine rağmen güçlü bir etki yaratmaktadır.

*USA Today* gazetesinde yer alan, “Palestinians killed, dozens wounded in West Bank attack” başlığında, olayın faili veya saldırıyı gerçekleştiren taraf net bir şekilde belirtilmemiştir. “Palestinians killed” (Filistinliler öldürüldü) ve “dozens wounded” (çok sayıda yaralı) ifadeleri, saldırıya uğrayanların kim olduğunu ortaya koyarken, bu ölümlere ve yaralanmalara neden olan tarafın kim olduğu gizlenmiştir. Bu belirsizlik, saldırıyı gerçekleştiren aktörün olumsuz bir şekilde algılanmasını engellemektedir. Saldırının faillerine dair açık bir bilgi verilmemesi, okuyucunun saldırının sorumluluğu üzerine odaklanmasını zorlaştırarak, belirli bir tarafın sorumluluğunu hafifletme stratejisi olarak kullanılabilir.

Özellikle “killed” (öldürüldü) ve “wounded” (yaralandı) gibi ifadelerin öznesiz kullanılması, failin kim olduğunu gizlemektedir. Böylelikle, okuyucuya doğrudan bir suçlu ya da sorumlu gösterilmez ve bu, algı yönetimi bağlamında olayın ele alınış biçimini manipüle edilmesine bir örnektir. Böylece, medya hem saldırıya uğrayan Filistinlilere dair bir empati uyandırırken saldırının sorumlusu hakkında negatif bir algının oluşmasını engellemektedir.

Başlıkta olayın nasıl gerçekleştiği, hangi koşullar altında bu saldırının meydana geldiği gibi bilgilere yer verilmemiştir. Bunun yerine, yalnızca sonuçlar vurgulanmıştır. Bu, okuyucunun olayı daha derinlemesine değerlendirmesini zorlaştırmakta ve yüzeysel bir algı yaratmaktadır. Başlığın bu şekilde sınırlı bilgiyle sunulması, olayın karmaşık doğasının arka plana itilmesine ve okuyucunun zihninde daha az net bir resim oluşmasına sebep olmaktadır. Olayın sorumlularıyla böyle kötü bir olayın toplumsal bilinçte bir araya getirilmemesi sağlanmaktadır. Özetle; bir tarafın (bu örnekte saldırıyı gerçekleştiren grup veya kişi) fail olarak doğrudan gösterilmemesi, hem medya organlarının tarafsız görünümüne bürünmesini sağlamak hem de olası bir olumsuz algıyı önlemektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan “Palestinians in West Bank Flee After Settler Violence: We Were Forced to Leave” başlığı, Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımını içeren algı yönetimi stratejileri açısından değerlendirildiğinde; başlık, “Palestinians in West Bank” ifadesiyle olayın mağdurları net bir şekilde belirtilmişken, “Settler Violence” terimi ise belirsiz bir özne kullanarak şiddetin faillerini doğrudan tanımlamamaktadır. Bu durum, okuyucunun zihninde belirli bir mesafeyi koruyarak, yerleşimcilerin eylemlerini olumsuz bir şekilde damgalamak yerine, daha belirsiz bir şekilde ifade etmekte ve böylece olaya dair duygu ve düşünceleri yönetmektedir.



Başlığın “We Were Forced to Leave” ifadesi, olayın mağdurlarının sesini duyurmakta ve onların insani durumunu vurgulamaktadır. Bu ifade, yerinden edilen Filistinlilerin yaşadığı duygusal ve fiziksel zorlukları yansıtan bir nitelik taşıırken, aynı zamanda olayın insani boyutunu ön plana çıkarmaktadır. Buna rağmen aynı zamanda, nedenlerin tam olarak açıklanmaması, olayın öznesinin ve sebebinin belirsiz bırakılmasıyla olumsuz bir algının oluşmasını engellemektedir. Burada Pasif Dil Kullanımı, sorumluluğun net olarak ortaya konulmasını önleyerek, okuyucuya olayın öznesinin kim olduğu konusunda bir belirsizlik sunmaktadır. Dolayısıyla, bu başlık, hem olayın mağdurlarına bir ses vererek empati yaratma çabası içerisinde hem de olumsuz bir algı oluşturmamak için belirli bir dil stratejisi benimsemektedir.

Başlığın ilk kısmı olan “Palestinians in West Bank” ifadesi, olayın muhataplarını açık bir şekilde ortaya koyarken, “Settler Violence” terimi belirsiz bir özne kullanarak olayın faillerinin kimliğini örtmektedir. Bu belirsizlik, okuyucunun zihninde şiddetin kaynağına dair net bir imaj oluşturmaktan kaçınarak, olayın karmaşık doğasını basit bir biçimde sunmaktadır. Bu tür bir belirsizlik, medyanın sorumluluğunu azaltma çabası olarak da değerlendirilebilir. Medya, olayın faillerini doğrudan belirtmektense, daha genel bir ifade kullanarak toplumsal duyarlılığı ve eleştiriyi azaltmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla, bu başlık, okuyucuya belirli bir mesafe katarak olaya dair eleştirel bir bakış açısının gelişmesini engellemektedir.

Bu başlıkla, belirli bir kurguyla Filistinlilerin durumunu dramatize ederken, yerleşimcilerin şiddet eylemlerini dolaylı ve belirsiz bir dille ifade ederek, olaya karşı duyulan tepkilerin yönünü değiştirmektedir. Dolayısıyla, bu başlık, belirli bir tarafın daha görünür kılınmasını sağlarken, diğer tarafın eylemlerini belirsizleştirerek medya aracılığıyla oluşturulan algılarda dengenin nasıl bozulabileceğini gözler önüne sermektedir.

Eupheizm (Örtmece) koduna dair; *Los Angeles Times* gazetesinde yer alan “As Israeli settlements thrive, Palestinian taps run dry - a reflection of broader battle” başlığı incelendiğinde, bir yandan olayları yumuşatarak okuyucu üzerindeki duygusal etkisini azaltmaya çalışırken, diğer yandan karmaşık sosyal ve politik dinamikleri basit bir çerçeveye hapsetme eğilimindedir.

Başlığın ilk kısmı olan “As Israeli settlements thrive” ifadesi, olumlu algı yaratma amacı taşımaktadır. “Thrive” (gelişmek) kelimesinin kullanımı, İsrail yerleşimlerinin büyümesi ve başarılı olması gibi bir imaj çizerken, bu yerleşimlerin yanında oluşturduğu zorluklar ve sıkıntılar göz ardı edilmektedir. “Thrive” (gelişmek) kelimesi, olumlu bir anlam taşıyarak, yerleşimlerin başarılı bir şekilde büyümesi gibi bir algı oluşturmaktadır. Ancak, bu başarı öyküsünün altında yatan insan hakları ihlalleri, yerinden edilme ve Filistinlilerin yaşam alanlarının kısıtlanması gibi olumsuz durumlar örtülmektedir. Burada kullanılan Euphemizm, okuyucuyu yerleşimlerin başarı hikayesine odaklamaya yöneltirken, yerleşimlerin Filistinlilere olan etkilerini ve bu süreçte yaşanan insan hakları ihlallerini örtme işlevi görmektedir. Dolayısıyla, bu tür bir dil kullanımı, okuyucunun olayların daha olumsuz yanlarını sorgulamasını engellemektedir.

Başlığın ikinci kısmı, “Palestinian taps run dry” ifadesi, Filistinlilerin suya erişimindeki zorlukları ifade ederken, burada kullanılan dil de örtmece bir nitelik taşımaktadır. “Taps run dry” (muslukların kuruması) ifadesi, durumu mecazi bir dille ifade ederek, su kıtlığının arkasındaki karmaşık nedenleri ve Filistinlilerin yaşadığı acıyı dolaylı bir biçimde sunmaktadır. Bu ifade, okuyucuya su krizinin ciddiyetini aktarmak yerine, daha hafif bir dille durumu belirtmektedir. Bu kullanım, okuyucuya olayın ciddiyetini aktarmakta yetersiz kalırken, aynı zamanda su sorununu basit bir kuruma olayı olarak nitelendirerek, yaşanan insanlık dramını gölgede bırakmaktadır. Böylece, suya erişimdeki sorunlar,

okuyucunun zihninde bir aciliyet hissi yaratmaktan ziyade, daha genel bir bağlamda ele alınmakta ve olayın dramatik boyutu yumuşatılmaktadır.

Başlığın sonunda yer alan “a reflection of broader battle” ifadesi de dikkat çekici bir örtmece unsuru taşımaktadır. “Broader battle” (genel mücadele), çatışmanın karmaşıklığını ve çok boyutlu doğasını basit bir kavramsal çerçeveye sıkıştırmaktadır. Bu ifade, çatışmanın yalnızca bir yönü olan yerleşim meselesini, daha geniş bir mücadele bağlamında ele alarak, sorunu soyut bir kavram haline getirmektedir. Bu durum, olayların somut nedenlerini ve sonuçlarını göz ardı ederken, okuyucuya çatışmanın daha derin ve karmaşık boyutlarını sorgulama fırsatı sunmamaktadır.

*The New York Times*’da yer alan “About 80 Percent of Gazans Have Been Displaced” başlığında, en dikkat çekici yön, “displaced” (yerinden edilmek) teriminin kullanımıdır. Bu kelime, savaş, çatışma veya doğal afetler gibi zorlayıcı koşullar altında insanların evlerini terk etmek zorunda kalması anlamına gelirken, aynı zamanda bu durumu yumuşatarak daha az çarpıcı hale getirmektedir. “Displaced” ifadesi, yerinden edilen insanların yaşadığı travmayı ve zorunlu göçün getirdiği insani krizi göz ardı eden bir örtmececi. Bu terim, insanları nesneleştirirken, onların yaşadığı acıyı ve kaybı gizlemekte ve olayın boyutunu hafifletmektedir. Medya, “displaced” terimini kullanarak, olayın ciddiyetini ve insani boyutunu hafifletmekte ve okuyucunun olaya bakış açısını yönlendirmektedir. Bu durum, izleyicilerin olayları yüzeysel bir bakış açısıyla değerlendirmelerine neden olurken, yaşanan insani krizin derinliğini ve karmaşıklığını göz ardı etmektedir. Özetle, medya dili, belirli bir algıyı inşa etme amacı güderken, olayların gerçek yüzünü örtmeye devam etmektedir. Bu nedenle, okuyucuların medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri ve daha derinlemesine analiz yapmaları önemlidir.

“Displaced” kelimesi, gazete başlığında yer alan çok önemli bir örtmecedir. Bu terim, yerinden edilme olgusunu tanımlarken, zorla yerinden edilmenin yarattığı travmayı ve insani krizi oldukça soyut bir şekilde ifade etmektedir. “Displaced” kelimesinin kullanımı, bu durumun ciddiyetini azaltarak, olayın soğuk ve istatistiksel bir gerçeklik olarak algılanmasına yol açmaktadır. Yerinden edilme, insanların evlerinden, topluluklarından ve kültürel köklerinden kopmalarını gerektirmektedir; ancak bu durum, “displaced” ifadesiyle sadeleştirilerek, okuyucunun bu durumun gerçek insani boyutundan uzaklaşmasına neden olmaktadır.

Bu başlık, insanların yerinden edilmesi olgusunu sadece bir istatistik olarak sunarak, arka planda yaşanan derin insani acıları göz ardı etmektedir. “About 80 Percent” ifadesi, rakamsal bir değer sunarken, bu durumu normalleştirerek okuyucunun dikkatini başka noktalara yönlendirmektedir. Başlıkta yer alan sayısal ifade, okuyucunun duygusal tepkisini azaltarak, yerinden edilmenin sebep olduğu travmanın önemsizleşmesine yol açabilmektedir. Bu durum, medya dilinin nasıl manipüle edilebileceğine dair bir örnek teşkil etmektedir.

*The Washington Post*’da yer alan “UAE Looks to Burnish Its Climate Credentials with \$30 Billion Pledge” başlığı, Eupheizm (örtmece) kullanımının medya dilindeki rolünü yansıtan bir örnektir. Başlık, Birleşik Arap Emirlikleri’nin (UAE) iklim güvenilirliğini artırmak amacıyla yaptığı mali taahhüdü ele alırken, bu taahhüdü çerçeveleyen dille ilgili önemli soruları gündeme getirmektedir. “Burnish” terimi, başlıkta kullanılan en belirgin örtmecedir. “Burnish” kelimesi, genel olarak bir nesnenin veya imajın parlatılmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda, Birleşik Arap Emirlikleri’nin iklim konusundaki itibarı veya “güvenilirliğini” artırma çabası olarak kullanılmıştır. Ancak “burnish” kelimesinin seçimi, iklim değişikliği konusundaki ciddi sorunların ve BAE’nin geçmişteki karbon salınımı ve enerji tüketimi gibi çevresel

olumsuzluklarının üzerini örtmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu tür bir dil kullanımı, okuyucunun dikkatini iklim değişikliği ile ilgili derin sorunlardan uzaklaştırmakta ve BAE'nin sadece pozitif bir imaj sunma çabasını öne çıkarmaktadır.

Başlıkta yer alan Örtmecenin bir diğer önemli boyutu, BAE'nin iklimle ilgili çabalarının gerçekliğinin sorgulanabilirliğidir. “Burnish” terimi, BAE'nin iklimle ilgili duyarlılığının gerçek bir çevresel sorumluluk taşıyıp taşımadığına dair sorgulayıcı bir bakış açısını engellemektedir. Bu, medyanın, çevresel sorunları ele alırken daha fazla eleştirel ve nesnel bir dil kullanma gerekliliğini gündeme getirmektedir. “\$30 Billion Pledge” ifadesi, büyük bir rakam sunmasına rağmen, bu taahhüdün gerçekte nasıl kullanılacağı, ne tür projelere yatırılacağı veya iklim değişikliği üzerindeki etkisi hakkında belirsizlik bırakmaktadır. Dolayısıyla, okuyucu yalnızca büyük bir taahhülle karşılaşmakta, ancak bu taahhüdün anlamı ve önemi konusunda bir derinlik kazanamamaktadır.

*USA Today* gazetesinde yer alan “US Cargo Ship Attacked Near Yemen, Navy Intervenes” başlığında olayın ciddiyetini yansıtırken, aynı zamanda belirli bir algı yönetimi stratejisiyle okuyucuya sunulmaktadır. Medyanın kullandığı “intervenes” (müdahale ediyor) ifadesi Örtmecenin etkisini pekiştiren bir unsurdur. Bu terim, askeri bir eylemi ya da kuvvet kullanımını daha yumuşak bir dille ifade etme çabası olarak nitelendirilebilir. “Müdahale” terimi, askeri güç kullanımını haklı çıkarmak veya normalleştirmek için kullanılan bir Örtmece olarak işlev görmektedir. Bu, okuyucuya ABD Donanması'nın eyleminin öncelikle koruyucu bir rol üstlendiği algısını vermekte ve saldırganlık veya çatışma durumunu sorgulama gerekliliğini azaltmaktadır. Böylece, başlık, çatışmanın taraflarını ve dinamiklerini basit bir şekilde sunarak, daha karmaşık bir durumu sadeleştirmekte ve izleyiciyi belirli bir yönde düşünmeye yönlendirmektedir. Özetle; “Müdahale” terimi, saldırganlık veya çatışma durumunu sorgulama gerekliliğini

azaltmakta hatta yumuşatmaktadır. ABD Donanması'nın eyleminin öncelikle koruyucu bir rol üstlendiği algısını vermektedir.

Askeri müdahale, genellikle kargaşa, kaos ve çatışmasıyla ilişkilendirilirken, “intervenes” ifadesi bu durumu sanki bir tür yardım veya koruma eylemiymiş gibi sunmaktadır. Bu durum, okuyucunun zihninde ABD Donanması'nın eylemlerinin, barış ve güvenliği sağlamak amacıyla yapıldığını düşünmesine neden olmaktadır. “Intervenes” terimi, aynı zamanda sorumluluğu ve hesap verebilirliği de belirsizleştirmektedir. Bu terimle, askeri eylemin sonuçları ve niyetleri konusunda daha az sorgulama yapılmasını teşvik etmekte, dolayısıyla uluslararası hukuk ve insan hakları açısından daha az eleştiriye maruz kalmasına zemin hazırlamaktadır. Saldırının öznesi ve bu saldırının sonuçları hakkında daha az bilgi verilmesi, ABD'nin eylemlerinin eleştirilmesine engel olmaktadır.

Bunların yanı sıra başlıkta yer alan “intervenes” ifadesi, okuyucunun duygusal tepkilerini yönetmek için de bir araç işlevi görmektedir. Askeri eylemler genellikle korku ve kaygı uyandırırken, “müdahale” ifadesi bu duygusal yoğunluğu azaltmakta ve durumu daha az tehditkar hale getirmektedir. Bu bağlamda, medya, halkın askeri eylemlere karşı daha toleranslı olmasını sağlayarak, müdahale politikalarını destekleyici bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan “Israel and Hezbollah Flirt with Dangerous Mideast Escalation” başlığı, okuyucuya, iki taraf arasında var olan gerilim ve çatışma potansiyelini, belirli bir dil ve üslup aracılığıyla yansıtmaktadır. Başlığın en dikkat çekici ifadesi, “flirt” (flört etmek) terimidir. Bu kelime, iki aktör arasındaki etkileşimi anlatırken, oldukça hafif ve yüzeysel bir anlam katmaktadır. “Flirt” terimi, genellikle romantik veya eğlenceli bir bağlamda kullanılmaktadır; ancak burada ciddi bir askeri çatışmanın ve stratejik hesaplaşmanın yaşanabileceği bir durumu ifade etmektedir. Bu kelime, okuyucuya, savaşın ciddiyetinden çok,

geçici bir ilgi veya gerginliğin var olduğu izlenimini verirken durumu yumuşatmakta ve bu durumun muhtemel sonuçlarını göz ardı etmektedir. Dolayısıyla, “flirt” kelimesi, çatışmanın gerçek doğasını örtmekte ve bu durumu daha az tehditkar hale getirmektedir. Savaş ve çatışma gibi ciddi konular, “flirt” ifadesiyle adeta basit bir flört gibi sunulmakta, bu da okuyucunun olaya karşı duyarsızlaşmasına yol açmaktadır. Bunların yanı sıra okuyucunun bu iki aktör arasındaki karmaşık ve çok katmanlı ilişkiyi anlaması zorlaşmaktadır.

Başlığın ikinci kısmında yer alan “dangerous Mideast escalation” (tehlikeli Orta Doğu tırmanışı) ifadesi, durumu daha ciddi bir bağlama yerleştirmekte, ancak burada da Örtmecenin izleri görülmektedir. “Dangerous” kelimesi, genel bir korkutma etkisi yaratmakla birlikte, spesifik bir tehdit veya olumsuz sonuç belirtmemektedir. “Escalation” terimi ise, çatışmanın derinleşmesini ifade etmekte, ancak bu terimle beraber hangi tarafın, ne tür bir eylemde bulunduğu belirsizliğini korumakta, böylece olası sorumlulukları da belirsizleştirmektedir. Bu bağlamda, medya, okuyucuların algısını yönlendirmekte ve belirli bir olayın ciddiyetini vurgularken, aynı zamanda tarafların sorumluluklarının sorgulanmasına da engel olmaktadır.

Dikotomi kodu değerlendirildiğinde; *Los Angeles Time*’da yer alan “Pariah or Partner? U.S. navigates complicated, contradictory relationship with Saudi Arabia” başlığı, ABD’nin Suudi Arabistan’la olan ilişkisini ele alırken, iki temel kimlik konumunu (“Pariah” ve “Partner”) öne çıkarmaktadır. Başlığın sunduğu Dikotomi, okuyucunun zihninde güçlü bir ikili anlayış yaratmakta ve ABD-Suudi ilişkisini anlamak için çerçeve sunmaktadır. Ancak bu kullanım, belirli algıları şekillendirme ve karmaşık olan durumu basitleştirme eğilimi taşımaktadır.

“Pariah” (parya) ve “Partner” (ortak) terimlerinin kullanımı, ABD’nin Suudi Arabistan’la olan ilişkisini yalnızca iki kutuplu

bir çerçeveye sıkıştırmaktadır. Bu dikotomi, bir yanda Suudi Arabistan'ın insan hakları ihlalleri, otoriter yönetimi ve bölgesel gerilimler gibi olumsuz yönleriyle “parya” olarak damgalanmasını; diğer yanda ise enerji, ekonomi ve güvenlik gibi faktörlerle “ortak” olarak değerlendirildiği bir ilişkiyi yansıtmaktadır. Ancak bu tür bir basitleştirme, okuyucuya iki seçenektan birini tercih etmesi gerektiğini ima ederken, karmaşık ve çok katmanlı ilişkilerin derinliğini göz ardı etmektedir. “Pariah” ve “Partner” gibi zıt terimlerin kullanımı, okuyucunun Suudi Arabistan’a yönelik algısını yönetmekte ve ABD’nin bu ülkedeki tutumunu sorgulamasına neden olabilmektedir. Bu tür bir algı yönetimi, belirli bir siyasi ajandayla uyumlu hale gelebilmekte ve medya aracılığıyla kamuoyunun düşünce yapısını etkileyebilmektedir. Örneğin, ABD’nin Suudi Arabistan’la olan ilişkisini eleştirirken, insan hakları ihlalleri ve bölgesel güvenlik meselelerini öne çıkarmak, “parya” etiketini vurgulayarak kamuoyu desteği kazanmaya çalışmaktadır. Öte yandan, enerji güvenliği ve ekonomik iş birlikleri gibi konular “partner” etiketiyle öne çıkarılarak, ilişkilerin devamlılığı gerektiği mesajı da iletmektedir. Bu iki zıt kavramın medyada kullanımı, belirli bir politik gündemi desteklemek amacıyla halkın düşüncelerini etkileme gücüne sahiptir.

Başlığın “complicated, contradictory relationship” ifadesi, iki terimin oluşturduğu dikotomiye derinleştiren bir gerçeği ortaya koymaktadır. ABD’nin Suudi Arabistan’la olan ilişkisi, yalnızca iş birliği ve karşılıklı arasında gidip gelmekle kalmamakta; aynı zamanda çeşitli çıkarların, ideolojik farklılıkların ve uluslararası dinamiklerin etkisi altında şekillenmektedir. Bu karmaşıklık, başlığın yalnızca iki zıt kutba indirgenmesiyle yeterince vurgulanmamaktadır. Okuyucunun, başlıkta sunulan ikili anlayışın arkasındaki çok katmanlı etkileşimleri anlamakta zorlanmasına sebep olmaktadır.



*The New York Times*'da yer alan "Gaza protests: Admirable or ill informed?" başlığı, belirgin bir Dikotomi ile iki zıt kavramın karşılaştırılması üzerinden ilerlemektedir. Bu başlık, Gazze'deki protestoları ele alırken, iki temel değer yargısını ön plana çıkarmaktadır: "Admirable" (takdire şayan) ve "ill informed" (bilgisi eksik). Başlığın sunduğu bu ikili yapı, okuyucunun zihninde protestolar hakkında net bir görüş oluştururken, aynı zamanda bu konunun karmaşıklığını da göz ardı edebilmektedir.

"Admirable" ve "ill informed" terimlerinin kullanımı, protestoların değerini belirlemek için iki ayrı kutup oluşturmakta ve okuyucuyu bu kutuplar arasında bir tercih yapmaya zorlamaktadır. Bu tür bir karşılaştırma, protestoların arka planında yatan derin toplumsal, siyasi ve tarihsel bağlamı yeterince vurgulamamaktadır. Protestoların desteklenmesi veya eleştirilmesi gibi ikili bir bakış açısı, izleyicinin konuyu yalnızca iki seçenek arasında değerlendirmesine neden olabilirken, bu durum toplumsal hareketlerin karmaşık dinamiklerini göz ardı etmesine yol açmaktadır.

Başlık, ikili anlayışla birlikte duygusal bir tepki yaratma potansiyeline sahiptir. "Admirable" terimi, olumlu bir duygusal yankı uyandırarak protestoların ahlaki bir boyutunu öne çıkarırken; "ill informed" ifadesi, protestocuların eylemlerinin bilgi eksikliğiyle hareket ettiğine dair olumsuz bir izlenim yaratmaktadır. Bu çelişkili kavramların yan yana getirilmesi, okuyucunun protestolar hakkında belirli bir düşünce biçimini içselleştirmesine yardımcı olabilmektedir.

Medya, başlıkta sunulan Dikotomi ile belirli bir algıyı şekillendirme işlevi görmektedir ve okuyucunun Gazze protestoları hakkında nasıl düşünmesi gerektiğine dair bir çerçeve sunmaktadır. Bu başlık, okuyucuyu iki zıt kutup arasında karar vermeye zorlayarak, konunun derinliğini ve çok boyutluluğunu göz ardı etmesine neden olabilmektedir. Protestoların desteklenmesi veya eleştirilmesi gerektiği fikri,

okuyucunun zihninde belirli bir yön belirleyecek ve ele alınan konunun daha karmaşık boyutlarını sorgulamasını engelleyebilmektedir. Başlık; protestoları “admirable” olarak nitelendiren bir medya yaklaşımı, insan hakları ve adalet arayışını ön plana çıkartırken, “ill informed” ifadesi, bu protestoların içindeki bazı unsurları sorgulayıp eleştirel hale getirmektedir. Bu iki kutup, medyanın okuyucu üzerindeki etkisini artırırken, siyasi ve sosyal konulardaki tartışmaları da şekillendirebilmektedir.

“Gaza protests: Admirable or ill informed?” başlığı, Gazze’deki protestoları değerlendirirken ikili bir çerçeve sunarak okuyucuya belirli bir algı yönetimi uygulamaktadır. Bu başlık, iki zıt kavramın sunumuyla okuyucunun düşüncelerini etkileme gücüne sahip olsa da, protestoların derin toplumsal ve politik dinamiklerini göz ardı etme riski taşımaktadır. Medyanın bu tür bir anlatım tarzı, kamuoyunun olayları yüzeysel bir bakış açısıyla değerlendirmesine neden olurken, algı yönetiminde güçlü bir araç olarak işlev görmektedir. Sonuç olarak, bu tür başlıkların analizi, medyanın algı oluşturmadaki rolünü ve küresel siyasetteki etkisini anlamak için kritik bir öneme sahiptir. Özetle, başlığın sunduğu bu ikili çerçeve, okuyucuların protestoları nasıl değerlendireceği konusunda yönlendirici bir etkiye sahip olup, aynı zamanda medya aracılığıyla algıların şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

*The Washington Post* gazetesindeki “Israeli ground offensive in Gaza could be a ‘bloodbath’, analysts say” başlığı, askeri müdahalelerin karmaşıklığını ve bu müdahalelerin toplumsal sonuçlarını yansıtan önemli bir Dikotomi içermektedir. Başlığın ilk kısmında yer alan “Israeli ground offensive” ifadesi, belirli bir askeri harekâtı vurgulamakta ve bu durum, harekâtın düzenli ve meşru bir operasyon olduğunu ima etmektedir. Bu dil kullanımı, okuyucuya askeri eylemin stratejik açıdan gerekli ve mantıklı bir adım olduğu algısını sunar. Ancak, bu askeri terminoloji, “bloodbath” (kan banyosu) ifadesiyle çelişen bir

anlam taşımaktadır. “Bloodbath” terimi, geniş çapta şiddet ve sivil kayıpları çağrıştırmakta, bu da askeri müdahalenin insanlık hali üzerindeki yıkıcı etkilerini öne çıkarmaktadır.

Bu Dikotomi, küresel algı yönetimi ve haber medyası bağlamında iki temel işlevi yerine getirir. Öncelikle, başlık, askeri operasyonların karmaşıklığını kabul ederken, aynı zamanda bu operasyonların olası felaket boyutundaki sonuçlarını da vurgulamaktadır. Askeri hareketi hem stratejik bir zorunluluk olarak hem de insani bir felaket potansiyeli barındıran bir eylem olarak çerçevelemek, okuyucuların askeri eylemlerin etik ve ahlaki boyutlarını sorgulamasını sağlar. İkinci olarak, bu başlık, kamuoyunu kutuplaştırma işlevi görerek, askeri müdahalelerin güvenlik açısından desteklenmesiyle bu müdahalelerin yol açabileceği büyük acılar karşısında eleştirilmesi arasında bir tartışma ortamı yaratmaktadır. Medyanın dili, bu ikili anlatım üzerinden okuyuculara çeşitli bakış açıları sunarak, okuyucunun konuyu daha karmaşık bir noktadan değerlendirmesine olanak tanırken, aynı zamanda haber kaynağının kendine has önyargılarını ve önceliklerini yansıtmaya işlevini de sürdürmektedir. Sonuç olarak, bu tür başlıklar, medyanın tartışmalı jeopolitik meseleler etrafında nasıl bir anlatı oluşturduğunu gösterirken, savaşın çok boyutlu doğasının daha geniş bir anlayışına yol açmaktadır.

“Israeli ground offensive in Gaza could be a ‘bloodbath’, analysts say” başlığı hem askeri harekâtın niteliğini hem de olası sonuçlarını ele alarak karmaşık bir Dikotomi yaratmaktadır. Başlığın ilk kısmında yer alan “Israeli ground offensive” ifadesi, eylemin resmi niteliğini ve devletin askeri stratejisini vurgularken, bu tür bir müdahalenin meşru bir hak olarak sunulmasına hizmet etmektedir. Burada, “offensive” terimi, askeri güç kullanımıyla ilgili bir otorite ve kontrol algısı yaratmakta; böylece okuyucular, eylemi yalnızca bir askeri strateji olarak değerlendirme eğiliminde olabilecektir. Ancak, bu pozitif çerçeve, başlığın ikinci kısmındaki “bloodbath” terimiyle tezat oluşturarak, askeri operasyonun insani

“maliyetine” dikkat çekmektedir. Bu durum, okuyucular arasında bir ikilem yaratmakta; bir yandan askeri eylemin gerekliliği savunulurken, diğer yandan bu eylemin yol açabileceği ağır sonuçlar sorgulanmaktadır.

İki zıt kavramın bir arada sunulması, okuyucunun konuyu daha karmaşık bir çerçevede değerlendirmesine olanak tanırken, aynı zamanda medya organının tarafsızlık iddiasını sorgulatmaktadır. Analistlerin görüşlerini yansıtarak, “Bloodbath” teriminin kullanılması, olası insan kayıplarının ciddiyetini ve acımasızlığını ön plana çıkarırken, medya da bu yolla okuyucu üzerinde duygusal bir etki yaratmaktadır. Bu başlık, sadece bir olayın tanımını yapmanın ötesine geçmekte; savaşın ve çatışmanın karmaşık doğası hakkında daha derin bir anlayış geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Sonuç olarak, başlık, askeri müdahalelerin hem stratejik gerekçeleri hem de insani sonuçları arasındaki gerilimi açığa çıkararak, okuyucuları daha kapsamlı bir değerlendirmeye yönlendirmektedir. Bu tür bir medya anlatımı, algı yönetimi açısından, belirli bir politikayı destekleme veya eleştirme işlevini yerine getirirken, aynı zamanda toplumda geniş bir tartışma alanı oluşturma potansiyeline sahiptir.

*USA Today* gazetesindeki “Israel-Hamas War: Academic freedom or antisemitism?” başlığı, iki zıt kavramı yan yana getirerek dikkate değer bir Dikotomi yaratmaktadır. İlk kısımda yer alan “Academic freedom”, akademik düşüncenin ve ifade özgürlüğünün önemini vurgularken, bu ifade, özellikle bilim insanları ve akademik çevreler için bir koruma kalkını işlevi görebilmektedir Akademik özgürlük, bireylerin farklı perspektifler ve eleştiriler geliştirmelerine olanak tanırken, bu kavramın olumlu bir anlam yüklemesi, özellikle belirli bir toplulukta güçlü bir dayanışma hissi oluşturabilmektedir. Ancak, başlığın ikinci kısmındaki “antisemitism” terimi, bu özgürlüğün sınırlarının sorgulanmasını beraberinde getirmektedir. Bu durum, okuyucuda bir ikilem yaratmakta; bir yandan akademik düşüncenin desteklenmesi gerektiği

savunulurken, diğer yandan bu düşüncelerin antisemitik olarak damgalanabileceği korkusu öne çıkmaktadır.

Başlık, okuyucunun hem akademik özgürlüğü hem de toplumsal adaleti tartışmasını teşvik ederken, aynı zamanda belirli bir söylemi sürdürme veya eleştirme işlevini yerine getirmektedir. Dolayısıyla, bu tür bir anlatım, kamuoyunda farklı görüşlerin tartışılmasına zemin hazırlamakta ve gazeteciliğin özgürlük ile sorumluluk arasındaki gerilimini açığa çıkarmaktadır. Sonuç olarak, başlık, akademik özgürlük ile antisemitizm arasında bir denge arayışını simgelerken, aynı zamanda medya aracılığıyla toplumun bu konudaki algısını şekillendirme potansiyeline sahiptir.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan “Biden has a spending choice: Guns or butter” başlığı, klasik bir iktisadi Dikotomi olan “silahlar ya da tereyağı” kavramını kullanmıştır. Bu başlık, devlet bütçesinin iki önemli harcama kalemi arasındaki seçim gerekliliğini vurgulamaktadır: Bir yanda askeri harcamalar ve savunma yatırımları olan “guns”, diğer yanda sosyal hizmetler, altyapı ve kamu sağlığı gibi alanları temsil eden “butter”. Bu dikotomi, Biden yönetiminin karşı karşıya kaldığı karmaşık bir ikilem olduğunu öne sürerken, aynı zamanda okuyuculara belirli bir siyasi ve ekonomik bağlamda düşünme fırsatı tanımaktadır. Ancak, başlığın bu şekilde yapılandırılması, sadece bir tercihi değil, aynı zamanda bu tercihlerin toplumsal sonuçlarını ve politikaların insanlar üzerindeki etkisini de sorgulatmaktadır.

Bu başlık, geniş bir kitleye ulaşma amacını taşıırken, belirli bir ideolojik yapıyı da yansıtmaktadır. “Guns” ve “butter” terimlerinin kullanımı, bir ikilem yaratırken, aynı zamanda halkın zihinlerinde güvenlik ile refah arasında bir ayrım yapma gerekliliğini doğurmaktadır. Bu durum, okuyucular arasında çatışan duyguları pekiştirirken, kamuoyunu belirli bir görüşü benimsemeye yönlendirme potansiyelini taşımaktadır. Dolayısıyla, medya organları bu tür dikotomiler kullanarak, belirli politikaların toplumsal algısını şekillendirmekte ve

okuyucuların bu politikalarla ilgili görüşlerini etkileme gücüne sahip olmaktadır. Sonuç olarak, bu başlık, Biden yönetiminin bütçe politikaları üzerinde tartışmalara zemin hazırlarken, aynı zamanda silahlanma ile sosyal hizmetler arasında bir denge kurma gerekliliğini de gün yüzüne çıkarmaktadır.

Medya bağlamında, bu başlık sadece bir tercih sunmakla kalmayıp, aynı zamanda okuyucuları belirli bir ideolojik çerçeveye yönlendirme potansiyeline sahiptir. “Guns” ve “butter” terimleri, seçimin sonuçlarını ve bu sonuçların toplumsal etkilerini düşündürerek, okuyucuların zihninde güvenlik ve refah arasında bir denge kurma gerekliliği oluşturmaktadır. Bu bağlamda, başlık, haberin içeriği hakkında bir ilk izlenim sunarken, aynı zamanda okuyucular arasında çatışan duyguları pekiştirmektedir. Bunun sonucunda, bu tür bir ikiliğin kullanımı, kamuoyunun silahlanma ve sosyal hizmetler konusundaki görüşlerini belirli bir yöne kaydırma işlevi görmektedir.

*Los Angeles Times* gazetesindeki “Israeli military raid kills 2 Palestinians in the West Bank; Israel says its troops came under fire” başlığı, Odak Kaydırma kodunun etkili bir örneği olarak algı yönetiminde kullanılan bir başlık yapısına sahiptir. Odak Kaydırma, dikkatleri olayın bir yönünden diğerine çekerek, esas meselenin arka plana itilmesine neden olmaktadır. Bu başlıkta, ilk kısımda geçen “Israeli military raid kills 2 Palestinians in the West Bank” ifadesi, İsrail ordusunun düzenlediği bir baskında iki Filistinlinin öldüğü belirtilmektedir. Bu, olayın doğrudan bir sonucu olarak öne çıkan önemli bir bilgi iken, başlığın ikinci kısmında bu olayın hemen ardından gelen “Israel says its troops came under fire” cümlesiyle, İsrail tarafının açıklaması devreye girerek odak, İsrail askerlerinin ateş altında olduğu iddiasına kaydırılmıştır. Bu yapı, okuyucunun odağını Filistinli ölümlerinden ziyade, İsrail askerlerinin “savunma” durumuna yönlendirmektedir. Okuyucunun aklında da Filistinlilerin ölümü yerine, İsrail askerlerinin kendilerini savundukları fikrini ön plana çıkarılmaktadır.

Esas olay olan iki Filistinlinin ölümü, başlığın ilk kısmında belirtilmiş olsa da İsrail'in askerlerinin ateş altında olduğu iddiası daha fazla dikkat çekecek şekilde eklenmiştir. Bu tür başlıklar, olayın bir tarafını suçlayıcı veya öne çıkarıcı bir dil kullanmaktan kaçınarak, çatışmanın her iki tarafına da eşit ağırlık veriyormuş gibi bir izlenim yaratmaktadır. Ancak, bu Odak Kaydırma stratejisi, çatışmanın temel sonuçlarından (Filistinlilerin ölümü gibi) okuyucuyu uzaklaştırırken, okuyucunun odağına İsrail'in güvenlik kaygılarına kaydırmaktadır.

Odak Kaydırma, başlığın dilinde de belirgindir. Özellikle “Israel says” (İsrail diyor ki) ifadesi, olayın İsrail'in resmi söylemi üzerinden sunulmasına olanak tanımaktadır. Bu ifade, İsrail'in eylemlerini kendi perspektifinden haklı çıkarma imkanı sunarken, okuyucuyu da bu bakış açısına yönlendirmektedir. Aynı zamanda, Filistinlilerin ölümüne dair açık bir sorumluluk atanmaksızın, olayın bir nevi kaçınılmaz ve savunma amacı taşıdığı mesajı iletilmektedir. İsrail askerlerinin “under fire” (ateş altında olduğu) iddiası, Filistinlilerin öldürülmesini ikinci plana itmekte ve askeri operasyonun gerekçesi olarak sunulmaktadır.

Sonuç olarak; İsrail'in güvenlik endişelerinin vurgulanması, Filistinlilere yönelik şiddeti gölgede bırakırken, olayın çatışmanın insan hakları boyutundan uzaklaşarak, İsrail'in savunma söylemi etrafında yeniden algı oluşturulmasına yol açmaktadır. Bu da okuyucunun dikkatini asıl mesele olan insan kaybından uzaklaştırarak, İsrail'in askeri eylemlerinin gerekliliğine çekmektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Gaza Feud Burns Forum at Google” başlığı, Odak Kaydırma stratejisini barındıran bir örnek olarak değerlendirilebilir. Bu strateji, okuyucunun dikkatini esas sorun ya da olaydaki insani krizden, şiddetten veya önemli bir çatışmadan uzaklaştırarak başka bir olay ya da bakış açısına kaydırmayı amaçlamaktadır. Burada, Gazze'deki

çatışmaların yol açtığı büyük insani kriz ve siyasal durum yerine, dikkat Google'daki bir forumda yaşanan tartışmaya çekilmiştir.

Başlığın ilk kısmındaki “Gaza Feud” ifadesi, Gazze'deki çatışmayı basit bir “feud” (anlaşmazlık) olarak tanımlamaktadır. “Feud” kelimesi, çok daha geniş çaplı bir insani ve siyasal kriz yerine bireysel ya da küçük çaplı bir kavga veya anlaşmazlık anlamını taşıırken, çatışmanın ciddiyetini ve trajedisini örtbas edici bir dil olarak değerlendirilebilir. Gazze'de yaşanan durumun ağır insan hakları ihlalleri ve büyük bir şiddet döngüsü olduğu gerçeği, bu kelimeyle hafifletilmiştir. Bu da olayın boyutunu küçülterek, okuyucunun odağını “burns” gibi güçlü bir ifadenin yer aldığı kısma yönlendirmektedir.

Başlığın ikinci kısmında “Burns Forum at Google” ifadesiyle dikkat, bir teknoloji şirketi olan Google'daki forumda yaşanan bir olay ya da tartışmaya yönlendirilmiştir. Bu başlıktaki asıl odak, Gazze'de devam eden insani kriz ve oradaki olayların sonuçları değil, bu olayların Google içindeki bir tartışmaya nasıl yansdığıdır. Böylece, esas mesele olan Gazze'deki savaş ve trajedi yerine, teknoloji dünyasındaki bir iç meseleye dikkat çekilerek odak kaydırılmaktadır. Bu durum, çatışmanın sonuçlarını doğrudan tartışmak yerine, olayın medya ve küresel teknoloji şirketleri üzerinden nasıl yankı bulduğu ve bu şirketlerin içindeki forumlarda nasıl ele alındığı gibi ikincil bir meseleye odaklanarak esas krizin gölgede kalmasına yol açmaktadır.

Bu tür bir Odak Kaydırma, küresel algı yönetiminin önemli bir aracıdır. Gazze'deki insani trajedi yerine, büyük bir teknoloji şirketindeki çalışanlar arasındaki tartışmanın ön plana çıkarılması, okuyucunun krizden uzaklaşmasına ve küresel medyanın odak noktasının başka yöne kaymasına neden olmaktadır. Bu, medyanın aracılık rolünü üstlendiği bir stratejiyle, gerçek trajediden uzaklaşmayı ve küresel kamuoyunun algısını çatışmanın esas sonuçlarından başka yöne



çekmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak, bu başlıkta kullanılan Odak Kaydırma stratejisi, olayın ağırlığını ve ciddiyetini gölgede bırakırken, olayın daha çok dolaylı sonuçlarına veya yan etkilerine odaklanarak küresel kamuoyunda çatışmaya yönelik algının değişmesine yol açabilecektir.

*USA Today* gazetesindeki “Israel-Hamas, Ukraine wars don’t just happen. Look at Russia, China” başlığı, odak kaydırma stratejisinin kullanıldığı net bir örnektir. Bu başlıkla, iki önemli ve güncel çatışma olan İsrail-Hamas ve Ukrayna savaşlarına doğrudan odaklanmak yerine, dikkat okuyucunun bu savaşların arkasındaki diğer küresel güçlere, yani Rusya ve Çin’e yönlendirilmiştir. Asıl mesele olan savaşın kendisi, çatışmanın aktörleri ve bu çatışmaların insani ve politik sonuçları, başlıkta geri planda kalmış, bu savaşların küresel güç dengeleriyle ilişkilendirildiği bir bakış açısı sunulmuştur.

Odak Kaydırmanın bu örneği, İsrail-Hamas ve Ukrayna savaşları gibi karmaşık, şiddet içeren ve insani krizlere yol açan çatışmaları tartışmak yerine, okuyucunun dikkatini başka bir konuya kaydırmaktadır. Rusya ve Çin gibi büyük güçlerin bu çatışmalar üzerindeki etkileri elbette önemli bir mesele olabilir; ancak başlık, savaşın insani boyutunu tamamen göz ardı ederek, sanki bu çatışmaların kökeni yalnızca büyük güçlerin jeopolitik çıkarlarına dayanıyormuş gibi bir algı yaratmaktadır. Bu, okuyucunun savaşın yerel nedenlerini, halklar üzerindeki etkisini ve doğrudan aktörlerin sorumluluğunu göz ardı etmesine yol açabilmektedir.

Burada asıl krizlerden uzaklaşarak daha geniş bir jeopolitik bağlama dikkat çekilmektedir. Ancak bu, savaşın esas nedenlerini ve insani boyutunu gölgede bırakarak, okuyucuların çatışmanın ana aktörlerini ve sonuçlarını tam anlamıyla değerlendirmelerini zorlaştırabilecektir. Böylece medya, algı yönetimi aracı olarak olayların karmaşıklığını basitleştirirken küresel bir bakış açısıyla odak kayması yaratmaktadır.

“Don’t just happen” ifadesi, savaşların kendiliğinden ortaya çıkmadığını belirterek, savaşların daha büyük ve karmaşık bir güç oyununun parçası olduğuna işaret etmektedir. Bu yaklaşım, savaşın doğrudan etkilediği insanların yaşamları, savaşın yerel bağlamı ve çatışmanın politik, toplumsal ve beşeri sonuçlarını gölgede bırakmaktadır. Başlığın ikinci kısmında “Look at Russia, China” ifadesiyle Rusya ve Çin’e odaklanılması, bu ülkelerin uluslararası ilişkilerdeki etkisine dikkat çekmekte; ancak bu, savaşların gerçek dinamiklerini ve savaşın yerel halklar üzerindeki yıkıcı etkilerini tartışmayı engelleyen bir habere dönüşmektedir. Böylelikle medya, okuyucunun savaşların arkasındaki küresel stratejik faktörler hakkında düşünmesini sağlarken, çatışmaların insani boyutunu ihmal etmekte, mevcut sorumluların hatalarını veya suçlarını arka plana itmektedir.

*The Wall Street Journal*’daki “Israel isn’t the problem in the Middle East” başlığı, Odak Kaydırma stratejisiyle, dikkatleri Orta Doğu’daki mevcut karmaşanın merkezindeki önemli aktörlerden biri olan İsrail’den uzaklaştırarak, okuyucuyu bu karmaşanın başka nedenleri ve aktörlerine yönlendirmeye çalışmaktadır. Başlığın yapısı, okuyucuya doğrudan bir çıkarımda bulunarak, Ortadoğu’daki sorunların kaynağının İsrail olmadığı mesajını iletmekte ve böylelikle İsrail’in rolü üzerindeki olası eleştirilere karşı bir kalkan oluşturmaktadır.

İsrail’in Ortadoğu’daki rolü tarihsel olarak tartışmalı olmasına rağmen, bu başlık, okuyucunun İsrail’in faaliyetlerine dair eleştirel bir değerlendirme yapmasını engelleyip, sorunun kaynağı olarak daha soyut veya diğer aktörleri düşündürmeye yönlendirmektedir. Özellikle “isn’t the problem” ifadesi, okuyucuyu, İsrail’in bir problem olmadığını kabul etmeye teşvik ederken, çözüm arayışlarını ve tartışmaları başka yerlere kaydırmaktadır.

Başlık aynı zamanda, bölgedeki mevcut sorunların kökenine dair daha geniş bir jeopolitik algı inşa etmeye

çalışmaktadır. Medyanın bu tür bir odak kaydırması, çatışmanın iç dinamikleri yerine büyük güç oyunlarına ve diğer bölgesel aktörlere işaret ederek, okuyucunun bölgedeki temel insan hakları ihlalleri, işgal politikaları ve yerel halkların maruz kaldığı travmalarla ilgili düşünmesini engellemektedir.

Bu başlık, Ortadoğu'daki çatışmaların karmaşıklığını basite indirgemekte ve çok yönlü bir sorunun tek bir boyutuna dikkat çekmek yerine, sorumluluğu dağıtarak İsrail'in bölgedeki rolünü ikinci plana itmektedir. Bu, medyanın manipülatif bir şekilde odak kaydırarak izleyicinin çatışmalara dair algısını şekillendirdiği tipik bir örnektir. Medyanın bunu yapması, küresel aktörler arasındaki dengeyi ve bu denge içinde hangi ülkelerin eleştirilmekten kaçındığını göstermektedir.

Dramatize Etme kodu değerlendirildiğinde; *Los Angeles Times* gazetesindeki "Southern Israel was filled with blood and death. Red wildflowers bloom among the ashes" başlığı, iki ana unsuru bir araya getirerek okuyucunun duygularına hitap etmeyi amaçlamaktadır: Birincisi, savaşın ve şiddetin trajik sonuçlarını açıkça vurgulayan "blood and death" (kan ve ölüm) ifadesi; ikincisi ise, trajedi sonrası yaşamın devam ettiğini simgeleyen "Red wildflowers bloom among the ashes" (külün arasında açan kırmızı yabani çiçekler) metaforuyla umut ve diriliş temasını öne çıkarmaktadır.

Bu başlık, haberin içeriğinde yer alan olaylara ilişkin soğukkanlı bir analiz sunmaktan ziyade, okuyucunun duygusal yanıtını tetiklemeye yönelik bir strateji izlemektedir. Savaşın insan yaşamı üzerindeki yıkıcı etkilerini tasvir eden "blood and death" gibi çarpıcı ifadelerle, okuyucu, savaşın vahşeti karşısında empati kurmaya teşvik edilirken, hemen ardından gelen "wildflowers bloom" ifadesi, bu trajedinin ortasında bile doğanın ve yaşamın yenilenme gücüne dair duygusal bir çerçeve sunmaktadır. Böylelikle başlık, aynı anda hem korkunç bir yıkım hem de bu yıkımın ötesinde bir umut mesajı taşıyarak dramatize etme amacı gütmektedir. Böyle

dramatik ifadeler ile İsrail'in içinde bulunduğu duruma dair uluslararası bir empatinin yaratılması hedeflenmektedir.

Bu duygusal tonlama, olayların politik ve askeri bağlamını göz ardı edebilmekte ya da saptırabilmektedir. Örneğin, başlıkta “blood and death” (kan ve ölüm) dolu bir tablo çizilirken, bu ölümlerin nedenleri, hangi güçlerin bu şiddete katkıda bulunduğu ve olayın tarafları gibi kritik sorular gündeme getirilmemektedir. Bunun yerine, başlığın odak noktası, olayın şiddet boyutunu dramatize etmek ve okuyucunun travmatik bir durum karşısında duygusal bir bağ kurmasını sağlamaktır.

Haber başlığında kullanılan dramatik dil, okuyucunun rasyonel analiz yeteneğini gölgelerken, olayları daha çok bir “duygusal manzara” olarak algılamasını neden olmaktadır. Bu başlık, savaşın acımasız doğasını vurgularken, aynı zamanda olayın daha geniş bağlamını gölgede bırakma riski taşımakta, bu da okuyucunun yalnızca trajediye odaklanmasını ve nedenler, aktörler veya çözümler gibi daha geniş perspektiflerden uzaklaşmasını neden olabilecektir.

*The New York Times* gazetesinde yer alan “Held Hostage in Gaza, She Survived on Prayer and Kindness” başlığı, savaşın ve çatışmaların karmaşık politik ve askeri yönlerini basitleştirerek, kişisel bir trajedi üzerinden empati ve duygusal katılım sağlamayı hedeflemektedir. Bu tür başlıklar, okuyucunun olayın daha geniş toplumsal ve politik boyutlarını göz ardı etmesine yol açarak, belirli bir anlatıyı öne çıkarmaktadır.

Başlıkta yer alan “Held Hostage” (Rehin tutuldu) ifadesi, okuyucunun dikkatini hemen bireysel bir dramaya çekerken, “She Survived on Prayer and Kindness” (O, dua ve nezaketle hayatta kaldı) kısmı ise okuyucunun empati duygusunu harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Bu dil, çatışmanın taraflarını, sorumluluklarını veya nedenlerini tartışmak yerine, insani bir dramayı kişisel bir mücadele ve dayanıklılık hikayesi olarak sunmaktadır. Bu yaklaşım,

başlığın olayın insani boyutunu öne çıkararak okuyucuyu duygusal olarak etkilemesini sağlarken, aynı zamanda geniş ölçekli bir çatışmanın kök nedenlerine dair daha derin bir anlayışa kapı aralamaktan uzaklaştırmaktadır. Burada özellikle İsrail vatandaşının Gazze rehin tutulması üzerine dramatik bir başlık kurgusu mevcuttur.

Dramatize eEme stratejisi, algı yönetiminde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Bu başlıkta, kişisel hikâye aracılığıyla çatışmanın karmaşık bağlamı soyutlanarak, okuyucunun dikkatinin büyük ölçüde bireysel trajediye çekilmesi sağlanmaktadır. Bu, okuyucunun hikâyedeki belirli tarafla özdeşleşmesini kolaylaştırırken, daha geniş ölçekli bir analiz yerine duygusal bir tepkiyi teşvik etmektedir. Başlığın özellikle “prayer” (dua) ve “kindness” (nezaket) gibi pozitif ve insani değerlere atıfta bulunması, okuyucuyu bu değerlere dayalı bir anlatı çerçevesinde düşünmeye yönlendirirken, çatışmanın karmaşık politik yönleri arka plana atmaktadır.

*The Washington Post* gazetesindeki “Thousands leave behind American lives to join Israel’s war in Gaza” başlığı, oldukça dramatik bir dille bireylerin Amerikan hayatlarını terk ederek başka bir ülkenin savaşına katılma kararı üzerine odaklanmakta ve bu kişisel fedakarlık anlatısı üzerinden bir duygusal tepki oluşturmayı hedeflemektedir. Olayın politik ve askeri boyutları, savaşın kök nedenleri veya sonuçlarına dair bilgi vermek yerine, bireysel seçimlerin ön planda olduğu, dramatize edilmiş bir anlatı sunmaktadır. Bu, çatışmayı kişisel kahramanlık ve bağlılık üzerinden okuyucuya aktararak savaşın daha geniş ve karmaşık boyutlarını gölgede bırakma eğilimi taşımaktadır.

Başlıkta yer alan “leave behind American lives” (Amerikan hayatları ifadesi), güçlü bir duygusal etki yaratmayı amaçlayan bir yapıdadır. “leave behind American lives” ifadesi, ABD vatandaşları açısından tanıdık ve kıymetli bir yaşam tarzını belirtirken, bu hayatların “leave behind” gibi dramatik bir

seçim vurgusu, bu kişilerin sıradan günlük hayatlarından fedakarlık ederek, adeta bir davaya hizmet eden kahramanlar olarak tasvir edilmesine zemin hazırlamaktadır. Böylece okuyucuda savaşın karmaşıklığından ziyade, bu kişilerin yaptığı fedakarlıkların yüceltilmesi yoluyla bir duygusal bağ yaratılmaktadır. Bu dramatize edilmiş anlatı, okuyucunun dikkatini savaşın politik boyutlarından uzaklaştırıp, kişisel fedakarlık ve sadakat gibi insani değerler üzerine odaklanmasını sağlamaktadır.

Bu başlıkta savaşın “Israel’s war” (İsrail’in savaşı) olarak tanımlanması, çatışmanın diğer taraflarını ve uluslararası dinamikleri gölgede bırakarak, okuyucunun algısını dar bir bakış açısına sıkıştırmaktadır. “Thousands” (binlerce kişi) ifadesi, bireysel hikayeler üzerinden savaşın haklılığını veya meşruiyetini dolaylı olarak destekleyen bir kitle psikolojisi yaratma çabasını yansıtmaktadır. Bu, savaşı haklılaştırma veya taraflı bir anlatı sunma ihtimalini artırmaktadır.

*USA Today* gazetesinde yer alan “Sen. Cory Booker says he is shaken, angered, heartbroken after taking cover in bomb shelter in Israel” başlığı, Amerikalı bir senatörün bireysel duygularını ön plana çıkararak, okuyucuda belirli bir empati duygusu yaratmayı hedeflemektedir. Bu tür bir dramatizasyon, okuyucunun dikkatini çekerken, aynı zamanda savaşın ve çatışmanın gerçek boyutlarını da gölgede bırakma potansiyeline sahiptir. Senatör Booker’ın yaşadığı duygusal deneyim, çatışmanın daha geniş etkilerinden ziyade, bireysel bir travma ve korku hikayesine odaklanarak, okuyucunun olayları bu duygusal ifadelerle değerlendirerek daha dar bir çerçeveden değerlendirmesine yol açmaktadır. Bu tür bir anlatım tarzı, bireylerin yaşadığı duygusal deneyimlerin ön plana çıkarılması yoluyla, okuyucunun olayla ilgili kişisel bir bağ kurmasını sağlamak amacı taşımaktadır. Booker’ın hissettiği “shaken” (sarsılmış), “angered” (öfkelenirilmiş) ve “heartbroken” (kalbi kırılmış) gibi duygular, okuyucuya yalnızca bir politik figürün deneyimlerini değil, aynı

zamanda savaşın ve çatışmanın birey üzerindeki etkisini de yansıtmaktadır.

Başlığın içindeki “shaken, angered, heartbroken” ifadeleri, güçlü duygusal yükler taşımakta ve bu, okuyucuda derin bir his yaratmayı amaçlamaktadır. Bu tür bir dil kullanımı, sadece bir siyasi figürün yaşadığı bir durumu değil, aynı zamanda daha geniş bir kitleye hitap eden bir insani deneyimi temsil etmektedir. Medya, bireylerin yaşadığı bu tür travmatik olayları öne çıkararak, genel kamuoyunda bir tür dayanışma ve empati duygusu geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ancak burada kritik bir nokta, bu duygusal odaklanmanın aynı zamanda olayın siyasi ve askeri boyutlarının sorgulanmasını engelleyebilmesidir. Senatörün kişisel duyguları, çatışmanın temel dinamikleri ve uluslararası ilişkilerdeki karmaşıklıklar gibi önemli konuların arka planda kalarak okuyucunun gerçekliği daha yüzeysel bir şekilde algılamasına ve olayların kök nedenleri üzerine değil de duygusal bir manipülasyonla düşünmesine ve tutum oluşturmaya yol açmaktadır.

Başlığın ikinci kısmında yer alan “after taking cover in bomb shelter in Israel” ifadesi ise, olayın bağlamını net bir şekilde ortaya koyar. Ancak, bu bağlamda duygu aktarımının yanı sıra, askeri ve siyasi gerçeklerin geri planda kalma riski bulunmaktadır. Senatörün bireysel deneyimi, genel olarak çatışmanın karmaşıklığını ve sonuçlarını gölgede bırakabilecektir. Duygusal anlatımın medya üzerindeki bu etkisi, okuyucunun olayların gerçek boyutlarını gözden kaçırmaya ve empatik bir tepki geliştirmesine neden olmaktadır. Sen. Booker’ın yaşadığı travmanın dramatize edilmesi, savaşın ve çatışmanın insanlar üzerindeki etkisini bireyselleştirirken, aynı zamanda geniş bir kitle üzerinde etkili bir psikolojik etki oluşturmaktadır. Başlığın, okuyucuyu sadece bir bireyin duygusal deneyimiyle sınırlı kalmaya yönlendirmesi, aynı zamanda bireysel hikayeler üzerinden kolektif bir deneyim yaratma çabasını da yansıtmaktadır.

*The Wall Street Journal* gazetesindeki “‘Why Do You Have to Go?’ Israelis Prepare Their Children for War” başlığının ilk kısmında, “Why Do You Have to Go?” ifadesi, dikkat çeken bir kişisel ve duygusal sorgulama sunmaktadır. Bu ifade, çocukların savaş hazırlığına ilişkin sorunun aile dinamikleri içinde nasıl bir tartışma yarattığını ve ebeveynlerin bu süreçte hissettikleri kaygıyı ön plana çıkarmaktadır. Savaşın korkutucu gerçekliği, masum çocukların yaşadığı travmalar ve ailelerin duyduğu derin endişe, okuyucunun empatinin yanı sıra bir tür moral ikilemle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır.

Bu tür bir duygu yoğunluğu, okuyucunun olayla bağ kurma kapasitesini artırmakta ve savaşın insani boyutunu gözler önüne sermektedir. “Israelis Prepare Their Children for War” (Ebeveynlerin çocuklarını savaşa hazırlaması) ifadesi yaşadığı duygusal çatışma, bireysel hikayelerin yanı sıra daha geniş toplumsal ve politik bağlamların sorgulanmasına yol açmaktadır. Ancak, başlığın sunumu, okuyucuyu bu insani acıdan daha çok bireysel ve duygusal bir perspektife yönlendirirken, savaşın arka planındaki daha karmaşık sosyal, ekonomik ve siyasi dinamiklerin göz ardı edilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, savaşın sebeplerinin ve sonuçlarının derinlemesine incelenmesi yerine, bireylerin yaşadığı korku ve endişenin ön plana çıkarılması, okuyucunun dikkatini belirli bir alanda yoğunlaştırarak diğer önemli meselelerin algısını zayıflatabilmektedir.

Ayrıca, başlığın verdiği mesaj, okuyucunun savaşın insani boyutuna dair bir duyarlılık geliştirmesi için bir fırsat sunarken, aynı zamanda bu duyarlılığın belirsizlik ve korkuyla birleşmesini sağlayarak dramatik bir etki yaratmaktadır. Savaşın çocuklar üzerindeki etkisi, sadece bireysel bir hikaye olmanın ötesinde, toplumların geleceği ve güvenliği açısından hassas ve kritik bir sorundur. Bu nedenle, medya başlıklarının duyguya hitap eden bir biçimde kurgulanması, izleyicinin olayları algılama biçimini önemli ölçüde etkilemektedir. Sonuç olarak, bu başlık, yalnızca bir olayın insani etkilerini



öne çıkararak okuyucunun dikkatini çekmekle kalmaz, aynı zamanda daha geniş sosyal ve politik dinamiklerin sorgulanmasını da engelleyecektir. Medyanın bu tür başlıklarla algıyı şekillendirme biçimi, izleyicinin gerçekliği anlama yetisini etkileyerek, daha karmaşık toplumsal meselelerin gözden kaçmasına sebep olabilmektedir.

### **3.2.9. Dilsel Manipülasyon Teması'na Dair Genel Değerlendirme**

Küresel algı yönetimi, medyanın dili ve anlatım stratejileri aracılığıyla çatışmaların veya toplumsal olayların halk tarafından nasıl algılandığını şekillendirmektedir. Küresel medya, Dilsel Manipülasyon stratejileri kullanarak olayların anlatımında özellikle Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı, Euphemizm (Örtmece), Dikotomi, Odak Kaydırma ve Dramatize Etme yöntemlerine başvurmaktadır. Bu yöntemler, olayın bağlamını saptırarak, sorumlulukları dağıtarak veya duygusal bir etki yaratarak okuyucu kitlesinin bakış açısını belirli bir doğrultuda şekillendirmeyi amaçlamaktadır.

Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı, özellikle çatışma bölgelerindeki haberlerde olayın sorumlularını net olarak belirlemekten kaçınarak okuyucunun olayın nedenleri üzerine düşünmesini engellemektedir. Başlıklarda failin kimliği gizlenerek eleştirinin odak noktasını bulanıklaştırmakta ve medya, haberin tonunu yumuşatarak okuyucu üzerinde daha pasif bir etki yaratmaktadır. Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı, özellikle uluslararası çatışmalar ve terör eylemleri gibi hassas konularda medya tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Örneğin, “Palestinians killed” ifadesi, Filistinlilerin maruz kaldığı şiddeti vurgularken, bu ölümlere sebep olan tarafı açıkça belirtmeyerek okuyucunun algısını yansızlaştırmakta; ancak tepkinin dağılmasına da yol açmaktadır. Bir başka örnek olarak; “Palestinians killed” gibi ifadeler, Filistinlilere yönelik şiddeti vurgularken olayın sorumluluğunu açıkça belirtmeyerek olayın karmaşıklığını

gizlemekte ve okuyucunun olayın arka planını sorgulama ihtimalini azaltmaktadır. Bu yöntem, olayın failini net bir şekilde belirtmediği için, okuyucunun olayın bağlamından uzaklaşıp yalnızca sonuca odaklanmasına neden olmaktadır.

Aynı şekilde, Euphemizm (örtmece) yoluyla olayların gerçek boyutunu örtbas etme stratejisi, olayları daha hafif bir dille sunarak kamuoyunun duygusal tepkilerini azaltmakta, okuyucunun olayın ciddiyetini gözden kaçırmaya neden olmakta; çatışmaların ve krizlerin karmaşıklığını yumuşatmaktadır. Örneğin, çatışmalar sonucu yerlerinden edilen insanlardan bahsederken “displaced” teriminin kullanılması, savaşın insan yaşamı üzerindeki dramatik etkilerini ve yaşanan olayın boyutunu küçümseyerek okuyucunun tepki seviyesini düşürmektedir. Euphemizm, okuyucunun olayın insani boyutundan uzaklaşmasını sağlayarak, toplumsal ve politik çatışmaların etkisini yüzeysel bir bakış açısıyla değerlendirmesine yol açmaktadır.

Dikotomi, okuyucuya olayları ikili bir çerçevede sunarak, karmaşık durumları basitleştirme işlevi görmektedir. Örneğin; bir olay “Pariah or Partner?” (Parya mı yoksa ortak mı?) şeklinde ele alındığında, okuyucu yalnızca iki karşıt bakış açısı arasında tercih yapmak zorunda kalırken olayın daha derin sosyal, politik ya da ekonomik boyutlarını sorgulayamayabilir. Bu, okuyucunun medya içeriğini ve habere konu olan olayı eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme olasılığını düşürerek olayların algısında yüzeyselliğe yol açmaktadır.

Odak Kaydırma stratejisi olayın odak noktasını değiştirerek sorumluluk ve sonuçların göz ardı edilmesine yol açmaktadır. Bu tür başlıklarda, asıl krizin insani veya politik bağlamı arka plana itilirken, dikkat başka aktörlerin veya olayın yan etkilerinin üzerine çekilmektedir. Bu strateji, krizle ilgili asıl soruları gündemden düşürerek, medya kuruluşlarının tarafsız görünmesini sağlamaya yönelik bir taktik olarak da yorumlanabilir. Örneğin, Gazze’deki çatışmalar sırasında

ortaya çıkan bir haberin, doğrudan çatışmanın etkilerine odaklanmaktansa olayın başka ülkelerdeki yansımalarına işaret etmesi, okuyucuyu asıl meseleden uzaklaştırmaktadır. Örneğin; “Gaza Feud Burns Forum at Google” başlığında olduğu gibi, odak kaydırma stratejisiyle, Gazze’deki çatışmaların etkilerinden ziyade bir teknoloji platformunda tartışmalara yol açması ön plana çıkarılmaktadır. Bu, okuyucunun dikkatini ana krizden uzaklaştırarak olayın toplumsal ve insani boyutunun göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Böylelikle medya, küresel kamuoyunun olayın gerçek bağlamını anlamasına engel olmaktadır.

Dramatize Etme ise duygusal bir etki yaratmayı amaçlamakta, bireysel hikâyeler veya dramatik ifadeler yoluyla okuyucunun çatışmanın karmaşık dinamiklerini analiz etmektense empati yoluyla yüzeysel bir algı geliştirmesini sağlamaktadır. Bu yöntem, medyanın küresel algıyı şekillendirmede başvurduğu önemli araçlardan biridir. Çatışmaların dramatik yönlerinin ön planda tutulması, olayların arka planındaki karmaşık politik bağlamı gölgede bırakmaktadır. Bu durum okuyucunun empati kurmasını kolaylaştırırken, olayların sosyo-politik dinamiklerini yüzeysel bir duygusal algı ile sınırlamaktadır. Örneğin, bir başlıkta kullanılan “blood and death” (kan ve ölüm) gibi ifadeler, okuyucunun olayın iç yüzünden ziyade trajedinin sonuçlarına odaklanmasına yol açmaktadır. Medyanın Dramatize Etme yöntemiyle olayları duygusal bir anlatı çerçevesinde sunması, özellikle şiddet veya trajedi içeren olayların okuyucuda güçlü bir duygusal tepki yaratması amacını taşımaktadır. Bu strateji, hikayeler üzerinden empati oluşturma işlevi görerek okuyucunun olayın politik veya sosyal bağlamından uzaklaşmasına yol açmakta ve okuyucunun olaya duygularını karıştırarak bakış açısını manipüle etmektedir. “Southern Israel was filled with blood and death. Red wildflowers bloom among the ashes” başlığı gibi örneklerde olduğu gibi dramatize edilen ifadeler, olayın insani boyutunu güçlü

bir şekilde vurgulayarak okuyucunun empati kurmasını sağlamaktadır. Ancak bu, olayların geniş bağlamını veya karmaşık yapısını ikinci plana iterek, okuyucunun yalnızca dramatik bir bakış açısıyla düşünmesine ve taraflı bir algı yaratmasına neden olmaktadır.

Sonuç olarak, medyada kullanılan bu dil stratejileri, kamuoyunun olayları nasıl değerlendirdiği ve belirli bir yönde düşünmeye teşvik edilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Medyanın bu tür manipülatif dil kullanımı, olayları belirli bir siyasi veya ideolojik çerçeveye oturarak küresel algıyı yönlendirme gücünü elinde tutmaktadır. Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı, Euphemism, Dikotomi, Odak Kaydırma ve Dramatize Etme gibi dilsel manipülasyon unsurları, küresel medyada olayları tarafsız bir dille sunmak yerine, okuyucuyu yüzeysel veya taraflı bir algıya yönlendirme işlevi görmektedir. Bu durum, medya kuruluşlarının, küresel güç dengeleri içinde kendi stratejik konumlarını koruma amacıyla olayları nasıl şekillendirdiğine dair önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Bu tekniklerle medya, olayların karmaşıklığını basitleştirerek veya duygusal bir perspektif sunarak okuyucuların gerçekliği daha dar bir bakış açısıyla algılamalarına neden olmaktadır. Bu dilsel manipülasyon yöntemleri, medyanın tarafsız görünme çabası altında olayların belirli bir bakış açısıyla okuyucuya aktarılmasına sağlamakta, okuyucuların olayları eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme imkanını kısıtlamaktadır.

### 3.2.10. İmaj ve Anlam İnşası Teması ile Algı Yönetimi

*Tablo 8: İmaj ve Anlam İnşası Teması*

| İmaj ve Anlam İnşası Teması      |                    |                    |                     |                    |                         |                      |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|
| Yönteme Dair Kodlar              | Los Angeles Times  | The New York Times | The Washington Post | USA Today          | The Wall Street Journal | TOPLAM               |
| Meşrulaştırma                    | 1(n=12)            | 1(n=18)            | 1(n=13)             | 1(n=12)            | 1(n=55)                 | <b>110</b><br>(%24)  |
| Güvenlikleştirme/ Tehdit Yaratma | 1(n=2)             | 1(n=1)             | 1(n=3)              | 1(n=5)             | 1(n=48)                 | <b>59</b> (%12)      |
| Göreceli Mağduriyet              | 1(n=9)             | 1(n=10)            | 1(n=21)             | 1(n=22)            | 1(n=32)                 | <b>94</b> (%20)      |
| Barışçıl Görünme                 | 1(n=22)            | 1(n=21)            | 1(n=17)             | 1(n=31)            | 1(n=65)                 | <b>156</b><br>(%33)  |
| Yüceltme -Basitleştirme          | 1(n=4)             | 1(n=11)            | 1(n=5)              | 1(n=8)             | 1(n=21)                 | <b>49</b> (%11)      |
| <b>TOPLAM</b>                    | <b>49</b><br>(%11) | <b>61</b><br>(%13) | <b>59</b> (%12)     | <b>78</b><br>(%17) | <b>221</b><br>(%47)     | <b>468</b><br>(%100) |

Bu tabloya göre, “İmaj ve Anlam İnşası Teması” başlığı altında “Meşrulaştırma”, “Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma”, “Göreceli Mağduriyet”, “Barışçıl Görünme” ve “Yüceltme/Basitleştirme” kodlarının gazetelerdeki frekansları incelenmiştir. Buna göre, toplamda en fazla 221 haber başlığıyla The Wall Street Journal’da tespit edilmiş ve bunu USA Today 78, The New York Times 61, The Washington Post 59, Los Angeles Times ise 49 içerikle takip etmiştir. “İmaj ve Anlam İnşası Teması”, gazetelerin analizinde 468 haber başlığıyla en fazla tespit edilen tema olmuştur.

“Meşrulaştırma” en çok 55 içerikle The Wall Street Journal’da kullanılmış olup, The New York Times’ta 18, The Washington Post’ta 13, Los Angeles Times ve USA Today’de 12 başlıkta saptanmıştır. Bu tema altında toplamda 110 haber başlığında gözlemlenmiştir. “Güvenlikleştirme/ Tehdit Yaratma” yine en fazla The Wall Street Journal’da 48 başlıkta yer almış olup, USA Today’de 5, The Washington Post’ta 3, Los Angeles Times’ta 2, The New York Times’da

ise 2 içerikle toplam frekansı 59 olarak tespit edilmiştir. “Göreceli Mağduriyet” açısından en yüksek kullanım 32 içerikle The Wall Street Journal’da, bu sıralamayı ise USA Today 22, The Washington Post 21, The New York Times 10 ve Los Angeles Times 9 haber başlığıyla takip etmiş, toplamda ise 94 kez kullanılmıştır. “Barışçıl Görünme” en fazla The Wall Street Journal’da 65 içerikle gözlemlenmiş, USA Today 31, Los Angeles Times 22, The New York Times 21, The Washington Post ise 17 haber başlığıyla toplam frekansı 156’dır. “Yüceltme-Basitleştirme” koduna ise The Wall Street Journal’da 21 kez kullanılmış olup, The New York Times’ta 11, USA Today’de 8, The Washington Post’ta 5, Los Angeles Times’ta ise 4 başlıkla toplam frekans 49 olarak gözlemlenmiştir. Genel toplamda tüm yöntemlerin kullanımı 468 olarak hesaplanmıştır.

Bu tema altında yer alan Meşrulaştırma koduna göre: *Los Angeles Times* gazetesindeki “Israel will do the Palestinians and itself a favor by wiping out Hamas” başlığı, içindeki ifadeyle bir yandan şiddet eylemlerini meşru kılma çabasını sergilerken, diğer yandan bu eylemleri bir tür olumlu bir sonuçla ilişkilendirmektedir. “Wiping out Hamas” ifadesi, doğrudan bir düşmanlık eylemini ve şiddeti ifade ederken, başlığın “do a favor” kısmı, bu eylemi sanki bir yardım veya iyilik olarak sunma çabasını vurgulamaktadır. Bu tür bir dil kullanımı, okuyucuların gözünde şiddeti meşrulaştırma işlevi görebilir, çünkü bu eylem, sadece belirli bir gruba karşı değil, aynı zamanda tüm Filistin halkına da fayda sağlayacağı iddiasıyla sunulmaktadır. Başlıktaki “wiping out Hamas” ifadesiyle, açıkça bir şiddet eylemini tarif ederken, aynı zamanda bunu “do a favor” ifadesiyle bir iyilik ya da gereklilik olarak sunmaktadır. Bu tür bir dil, okuyucunun zihninde şiddeti normalleştirme ve onu meşru bir eylem haline getirme işlevi görür. Başlığın yapısı, Hamas’a yönelik saldırgan eylemleri destekleyici bir argüman oluşturur ve bu durumu, sadece İsrail için değil, Filistinliler için de “faydalı”

kılma çabası taşır. “Do a favor” ifadesi, şiddet eyleminin olumlu bir sonucu olacağına dair bir izlenim yaratır. Bu yaklaşım, okuyucunun, şiddetin arka planında yatan karmaşık siyasi ve sosyal dinamikleri göz ardı etmesine neden olabilir. Dolayısıyla, başlık sadece bir bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda okuyucunun bu eylemleri kabul etmesini sağlamak için psikolojik bir zemin hazırlamaktadır.

Başlığın meşrulaştırma amacı, belirli bir siyasi perspektifin yayılmasına katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Burada, Hamas’ın ortadan kaldırılmasının hem İsrail hem de Filistinliler için “faydalı” olacağı iddiası, savaş ve çatışma gibi karmaşık durumları basitleştirerek, okuyucunun olaya duygusal bir bakış açısıyla yaklaşmasına neden olmaktadır. Bu durum, okuyucunun kafasında savaşın sonuçları ve etkileri konusunda analiz yapmasını engelleyebilmektedir. Medya, başlıkları aracılığıyla bu tür meşrulaştırıcı söylemleri güçlendirerek, halkın genel görüşünü şekillendirme kapasitesine sahiptir. Böylece, başlık, şiddet ve çatışmanın normalleşmesine zemin hazırlarken, aynı zamanda Filistin halkının yaşadığı acı ve sıkıntıları göz ardı etme eğilimindedir.

Sonuç olarak, “Israel will do the Palestinians and itself a favor by wiping out Hamas” başlığı, medya aracılığıyla algıyı yönlendiren ve şiddeti meşrulaştıran bir dil kullanımı örneği olarak değerlendirilebilir. Bu tür başlıklar, halkın duygusal tepkilerini ve düşüncelerini şekillendirirken, daha geniş sosyal ve politik dinamiklerin gözden kaçmasına neden olabilmektedir. Meşrulaştırma yöntemi, okuyucunun olayları anlamasını ve yorumlamasını karmaşık hale getirirken, savaşın gerçek etkilerini sorgulamaktan alıkoyan bir yapı oluşturmaktadır.

*The New York Times* gazetesindeki “Hamas Bears the Blame for Every Death in this War” başlığı, savaşta meydana gelen her ölümün sorumluluğunu Hamas’a atfederek, hem olayın sebeplerini basitleştirmekte hem de savaşın

sonucunda meydana gelen ölümleri haklı çıkarmaktadır. “Bears the blame” ifadesi, ölümleri doğrudan Hamas’a atfetmekle kalmaz, aynı zamanda bu ölümlerin neden olduğu insani kayıpların sorgulanmasını engelleyici bir işlev de görmektedir. Bu tür bir dil, okuyucunun zihninde Hamas’ı düşmanlaştırarak, karşıt tarafı haklı çıkaran bir söylem oluşturmaktadır. “Bears the blame” ifadesi, bir yükümlülük ve suçluluk hissi taşımaktadır. Bu dil kullanımı, Hamas’ın eylemlerinin doğrudan sonuçlarının insanlar üzerindeki etkisini vurgularken, diğer aktörlerin sorumluluklarını göz ardı etme eğilimini beraberinde getirmektedir.

Başlığın Meşrulaştırma işlevi, özellikle savaşın dinamikleri açısından önemli bir etkiye sahiptir. Bu tür bir ifade kullanımı, okuyucuyu, Hamas’a karşı bir suçlamada bulunmakla kalmayarak savaşın sonucunda ortaya çıkan ölümleri vurgulayarak, karşı tarafın sebep olduğu ölümleri de Hamas’a bağlayarak meşrulaştırmaktadır. Böylece, medya aracılığıyla toplumsal algının yönlendirilmesi sağlanmakta ve savaşın insani sonuçları sorgulanmadan geçirilmektedir. Bu durum, halkın savaş esnasında yaşanan can kayıplarının tüm sorumluluğunu tek bir tarafa yükleyerek, sorumlu taraflardan birinin sebep olduğu ölümleri de gerekçe yaratmaktadır.

Bu başlık, meşrulaştırma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü ölümler ve kayıplar hakkında daha geniş bir tartışma yapılmasını engeller. Hamas’ın suçlu olarak etiketlenmesi, çatışmanın karmaşık yapısını basit bir suçluluk ilişkisi haline indirger. Bu tür bir meşrulaştırma, okuyucunun karşısına çıkan insani trajedileri sorgulamasını ve olayların derinliğini anlamasını zorlaştırır. Özellikle savaşın nedenleri ve sonuçları üzerine eleştirel düşünme ihtiyacını bastırır. Dolayısıyla, başlık hem Hamas’ı düşmanlaştırırken hem de savaşın getirdiği insani kayıpları haklı çıkarmak için bir araç olarak işlev görür. Bu bağlamda, medyanın rolü, belirli bir anlatı oluşturarak toplumsal algıyı yönlendirmekte belirleyici bir hale gelir. Bu durum, yalnızca mevcut çatışma dinamiklerini



meşrulaştırmakla kalmakta, aynı zamanda savaşın insani sonuçlarını göz ardı eden bir zemin de hazırlamaktadır.

*The Washington Post* gazetesindeki “Israel steps up Khan Younis assault, pressure mounts over two-state solution” başlığı hem askeri eylemi vurgularken hem de uluslararası çözüm önerilerini göz önüne sererek, okuyucuda savaşın ve çatışmanın belirli bir mantık çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğine dair bir algı oluşturmaktadır. “Steps up” ifadesi, saldırının artırılmasını sanki doğal bir evrim süreciymiş gibi yansıtırken, aynı zamanda şiddeti meşrulaştıran bir dil kullanımı sergilemektedir. Bu ifadeler, İsrail’in askeri operasyonlarını daha sistematik ve önceden planlanmış bir eylem olarak sunar, bu da saldırganlık eylemlerinin bir gereklilik olarak algılanmasına yol açmaktadır.

Diğer taraftan başlığın ikinci kısmında yer alan “pressure mounts over two-state solution” ifadesi, savaşın karmaşıklığını basit bir sorun setine indirgemekte ve çatışmanın sebepleriyle sonuçları arasında doğrudan bir ilişki kurmaktadır. İki devletli çözüm üzerine baskının artması, okuyucunun düşünce yapısında meşrulaştırıcı bir çerçeve oluştururken, aslında askeri müdahaleleri ve sivillere yönelik şiddeti sorgulama ihtiyacını azaltmaktadır. Bu bağlamda, başlık hem İsrail’in askeri eylemlerinin gerekliliğini vurgulamakta hem de daha geniş bir barış çabası içinde yer alan aktörler olarak başka ülkeleri ve uluslararası toplumu sürece dahil etmektedir. Dolayısıyla, meşrulaştırma yöntemi, okuyucunun zihninde, şiddeti ve askeri gücü, siyasi müzakerelerin ve çözüm arayışlarının bir parçası olarak normalleştirir, bu da çatışmanın insani boyutunu göz ardı eden bir bakış açısı yaratmaktadır.

Başlığın ikinci kısmında yer alan “pressure mounts over two-state solution” ifadesi, çatışmanın çok daha karmaşık ve çok boyutlu doğasını basite indirgemekte ve barış çabalarını belirli bir bağlam içinde ele almaktadır. İki devletli çözüm için artan baskının vurgulanması, okuyucuya askeri eylemlerin arka planda uluslararası barış çabalarıyla ilişkili

olduğu izlenimini vermektedir. Bu başlığa bakıldığında, İsrail'in askeri operasyonları meşru bir savunma hamlesi gibi gösterilirken, iki devletli çözüm üzerindeki baskı da gündeme getirilmektedir. Bu, mevcut duruma alternatif bir çözüm arayışı gibi sunulsa da aynı zamanda İsrail'in daha geniş stratejik hedeflerini kamuoyuna kabul ettirme amacını da taşımaktadır. Bu bağlamda medya, uluslararası toplumun ya da diğer devletlerin rızası olup olmadığına bakmaksızın, gelecekte oluşacak siyasi çözümler için kamuoyunu şekillendirmeye çalışmaktadır. Devletlerin kendi çıkarları doğrultusunda hareket ederken karşı tarafın rızasını göz ardı etmesi, medya yoluyla algı yönetimiyle daha kolay hale getirilebilir. Bu haber başlığında da iki devletli çözüm fikri – ki bu uluslararası toplum tarafından destekleniyor olabilir – İsrail'in saldırısının arka planında kaybolmuş ya da daha az önemsenmiş bir unsur olarak sunulmaktadır.

Bu tür bir ifade, okuyucuda, İsrail'in Khan Younis'e yönelik artan saldırılarının, daha büyük bir barış sürecinin bir parçası olarak algılanması gerektiği mesajını taşımaktadır. Böylece, askeri müdahaleleri ve çatışmayı meşrulaştıran bir yapı oluşturarak, bu eylemlerin sadece bir güvenlik stratejisi değil, aynı zamanda daha geniş bir uluslararası çabanın parçası olduğu izlenimini vermektedir. İki devletli çözüm için artan baskının altı çizilirken, çatışmanın dinamikleri basitleştirilmekte ve askeri güç kullanımının mantığı sorgulanmadan kabul edilmektedir. Bu durum, okuyucunun, askeri eylemlerin Filistin halkının bağımsızlık mücadelesi üzerindeki etkilerini sorgulama gerekliliğini azaltarak, meşrulaştırıcı bir zemin oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, başlığın ikinci kısmı hem Filistin'in bağımsızlık arayışını hem de uluslararası toplumun bu süreçteki rolünü çarpıtarak, askeri müdahaleleri görünmez hale getirirken, okuyucunun zihninde savaşın meşru bir bağlamda konumlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu tür bir medya anlatımı, okuyucunun olaylara bakış açısını

şekillendirirken, aynı zamanda çatışmaların derinliğini göz ardı etmesine ve basit bir çözüm önerisi olarak iki devletli yaklaşımına yönelmesine neden olmaktadır.

*USA Today* gazetesinin “Israel siege targeting Hamas in Gaza is legal under international law” başlıklı haberinin içeriği, belirli bir çatışmanın ya da eylemin meşrulaştırılmasında çeşitli stratejiler kullanmaktadır. Başlık, uluslararası hukukun referans gösterilmesi yoluyla İsrail’in Gazze’deki Hamas’a yönelik kuşatmasını meşrulaştırma çabası içinde olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir. Başlığın ilk kısmında geçen “Israel siege targeting Hamas” ifadesi, kuşatmanın bir nesne ya da durumdan ziyade belirli bir aktör olan Hamas’a yönelik olduğunu belirtmektedir. Bu durum, dolaylı yoldan okuyucunun dikkatini, olayın karmaşık yapısından uzaklaştırarak, yalnızca hedef alınan gruba odaklanmasına yol açmaktadır. Böylece, Gazze’deki sivillerin maruz kaldığı insani durum ve bu kuşatmanın neden olduğu olumsuz etkiler geri planda kalmaktadır. Bu tür ifade, olaya dair derinlemesine bir analiz yapmayı zorlaştırırken, bu eylemi meşru göstermek amacıyla kullanılan bir retorik biçimi ortaya koymaktadır.

Başlığın ikinci kısmındaki “is legal under international law” ifadesi ise, hukukun üstünlüğüne atıfta bulunarak, kuşatmanın yasal bir dayanağının bulunduğu izlenimini vermektedir. Bu tür bir ifade, okuyucuda, kuşatmanın etik veya ahlaki bir tartışma başlatmasından ziyade, yasal bir zemine oturtulduğu hissini uyandırmaktadır. Dolayısıyla, burada, uluslararası hukukun normları ve standartları aracılığıyla, İsrail’in eylemleri meşrulaştırılmaya çalışılmakta ve böylece eleştiriler minimize edilmektedir. Oysaki uluslararası hukuk, savaş durumlarında insan hakları ve insani hukuk gibi daha geniş normları da içermekte ve bu çerçevede, sivil halkın korunmasına dair yükümlülükler taşımaktadır. Bu noktada, başlığın seçimi, kuşatmanın hukuki meşruluğunu ön plana çıkarmasıyla birlikte, insani boyutlarının da göz ardı edilmesine neden olmaktadır.

Burada Meşrulaştırma için kullanılan en önemli yöntem güvenlik vurgusu ve bir ulusun güvenliğini tehdit eden unsurların öne çıkarılmasıdır. Bir devletin güvenliğini tehdit eden her şeyle savaşması meşru müdafaa olarak görülebilir. Hamas'ın terörist bir örgüt olarak tanımlanması, İsrail'in kuşatmasını meşrulaştırmak için bir zemin sağlamaktadır. Bu bağlamda, uluslararası hukukun 51. maddesi çerçevesinde, bir devletin kendini savunma hakkına sahip olduğu belirtilmektedir. Ancak bu savunma hakkının uygulanması, orantılılık ve ayırım gözetme ilkelerine riayet edilmesi koşuluna bağlıdır. Hamas'ın eylemleri gerekçe gösterilerek gerçekleştirilen kuşatma, bu ilkelerin ihlal edilmeden hukuka uygunluğunu vurgulamaktadır. Böylelikle uluslararası yasal bir dayanak oluşturulmaktadır.

Bir diğer yöntem ise terörizm vurgusudur. Terörizm, uluslararası hukuk açısından oldukça tartışmalı bir kavram olmasına rağmen başlık, Hamas'ın terörist eylemlerine atıfta bulunarak, Gazze'deki kuşatmanın meşrulaştırılmasına katkıda bulunmaktadır. Bir tarafın terörist olarak nitelendirilmesi, diğer tarafın askeri eylemlerini meşrulaştırmak için kullanılabilecek bir araç haline gelmektedir. Çünkü terörizm uluslararası kamuoyunda kabul gören ve ortak bir paydada buluşulmasını sağlayan bir olgu haline gelmiştir. Haberin başlığı haberi, Gazze'deki kuşatmanın uluslararası hukuka uygunluğunu savunurken, bu hukuk çerçevesindeki belirsizlikleri ve ikili standartları göz ardı etmektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesinin “Benjamin Netanyahu: The Battle of Civilization” haber başlığı özellikle İsrail-Gazze çatışmasının meşrulaştırılmasında kullanılan argümanları ve stratejileri ele almak açısından önemlidir. Netanyahu'nun “The Battle of Civilization” (medeniyet savaşı) ifadesi, yalnızca askeri bir çatışmayı değil, aynı zamanda kültürel ve ideolojik bir mücadelenin varlığını da işaret etmektedir. Bu kavram, Batı ve İslam dünyası arasındaki bir karşıtlığı öne çıkararak, İsrail'in eylemlerini meşrulaştırmak için güçlü bir

zemin sağlamaktadır. Burada, çatışmanın yalnızca bir toprak mücadelesi değil, aynı zamanda bir ideolojik ve kültürel varoluş mücadelesi olarak tanımlanması, belirli bir siyasi gündemi desteklemek için kullanılmaktadır.

Medeniyet savaşının öne çıkması, kamuoyunda ve uluslararası arenada belirli bir algı yaratma amacı taşımaktadır. Bu söylem, Batı'nın "uygar" değerleri ile Ortadoğu'daki "gerici" unsurlar arasında bir ayrım yaparak, İsrail'in askeri eylemlerinin meşrulaştırılmasına olanak tanımaktadır. Bu noktada, medya, toplumun düşüncelerini şekillendirmede kritik bir araçtır; çünkü ideolojik bir çatışmanın varlığı, askeri eylemleri meşrulaştırma çabalarını güçlendirmektedir.

Netanyahu'nun medyada sunduğu "The Battle of Civilization" ifadesiyle güvenlik meselesi ön planda tutulmaktadır. İsrail, Hamas'ı ve diğer grupları, kendi varlığına yönelik bir tehdit olarak tanımlarken, bu durumunu uluslararası güvenlik normları çerçevesinde meşrulaştırmaktadır. Ancak bu durum, sivil halkın zarar görmesini ve insani krizin derinleşmesini göz ardı etmektedir. İnsani değerlere yapılan bu dolaylı ihlaller, güvenlik argümanları üzerinden meşrulaştırılmakta ve dolayısıyla eleştirilerden kaçılmasını sağlamaktadır.

"The Battle of Civilization" başlığı, Batı medyasının çifte standartlarını ortaya koymaktadır. Özellikle, Batı'nın kendi değerlerini üstün görmesi ve karşıt unsurları "öteki" olarak tanımlaması, çatışmaların yorumlanmasını etkilemektedir. Bu bağlamda, medya, İsrail'in askeri operasyonlarını savunma çabalarına yönelik bir platform sunmakta ve alternatif bakış açılarını marjinalleştirmektedir. Böylece, Meşrulaştırma süreci, yalnızca bir siyasi söylem değil, aynı zamanda toplumsal bir algı yaratma stratejisi haline gelmektedir. Medeniyet savaşı argümanının meşrulaştırılmasında, uluslararası hukukun gereklilikleri sıklıkla göz ardı edilmektedir. İnsani hukuk, sivilin korunmasını ve orantılılık ilkesine riayet edilmesini zorunlu kılmaktadır. Ancak Netanyahu'nun söylemleri, bu

yükümlülükleri geçersiz kılmakta ve savaş hukukunu ihlal etme riskini artırmaktadır.

Güvenikleştirme/Tehdit Yaratma tekniği değerlendirildiğinde: *Los Angeles Times* gazetesinin “Blinken, Austin say U.S. is ready to respond if personnel become targets of Israel-Hamas war” haberinin başlığı, ABD’nin uluslararası politikalarını ve müdahale stratejilerini meşrulaştırma çabasında güvenlik kavramının nasıl manipüle edildiğine dair önemli bir perspektif geliştirmektedir.

“Blinken, Austin say” (Blinken ve Austin’in açıklamaları), ABD’nin güvenliğini ön plana çıkararak, mevcut çatışmanın bir tehdit olarak algılanmasına yol açmaktadır. “Personnel become targets” ifadesi, özellikle diplomatik ve askeri personelin güvenliğine yönelik bir tehdit olarak sunulmakta ve bu durum, ABD’nin potansiyel askeri müdahalesini haklı çıkarmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda, ABD’nin askeri müdahale yapma isteği, yalnızca kendi personelinin güvenliğini değil, aynı zamanda ulusal çıkarlarını koruma amacı gütmektedir. Bu strateji, “biz” ve “onlar” arasında bir ayrım yaratmakta ve toplumsal algıda bir tehdit hissiyatı inşa etmektedir. ABD’nin İsrail-Hamas çatışması bağlamında, kendi askerlerinin hedef alınabileceği korkusunu yayarak, toplumsal algıyı şekillendirmektedir.

Blinken ve Austin’in açıklamalarında, potansiyel tehditler öne çıkarılarak, ABD’nin güvenlik algısı pekiştirilmektedir. Bu tür açıklamalar, halkın ve uluslararası toplumun dikkatini, olası tehditlere çekmekte ve ABD’nin askeri müdahale etme hakkını meşrulaştırma çabalarına zemin hazırlamaktadır. “ready to respond” (cevaba hazır olma) ifadesi, ABD’nin uluslararası alandaki askeri gücünü ve bu gücü kullanma istekliliği mesajını vermektedir. Bu durum hem iç hem de dış politikada belirli bir güç gösterisi olarak yorumlanabilir.

Medya, belirli bir tehdit algısı oluşturarak, askeri müdahalenin meşrulaştırılması sürecinde kritik bir rol

oynamaktadır. ABD'nin uluslararası güvenlik politikaları, bu tür haberlerle pekiştirilmekte ve toplumsal algıda bir tehdit hissiyatı yaratılmaktadır. Bu bağlamda, güvenlik kavramının manipölasyonu, yalnızca askeri stratejilerle değil, aynı zamanda medya içerikleriyle de şekillendirilmektedir.

*The New York Times* gazetesinin "Israel and U.S. are on Alert after Iran Vows to Avenge Killings of Its Commanders" başlığı, İran'ın askeri komutanlarının öldürölmesi sonrası ortaya çıkan durumun hem İsrail hem de ABD için bir güvenlik tehdidi olarak nasıl sunulduğunu göstermektedir. Başlık; İran'ın intikam tehdidiyle birlikte, İsrail ve ABD'nin güvenlik alarmı durumuna geçmesini sağlayarak, bu durumu Güvenikleştirme/Tehdit Yaratma sürecinin bir parçası haline getirmektedir. "Alert" kelimesinin kullanımı, iki ülkenin tehdit algısını pekiştirirken, olası bir askeri müdahale veya önleyici eylemler için zemin hazırlamaktadır.

Bu noktada, İran'ın tehditlerinin ciddiyetle ele alınması gerektiği vurgulanarak, kamuoyunda belirli bir tehdit atmosferi yaratılmaktadır. Güvenikleştirme sürecinin bir sonucu olarak, uluslararası ilişkilerde güç dinamiklerinin yeniden şekillenmesi söz konusu olmaktadır. "Iran Vows to Avenge Killings of Its Commanders" (İran, Komutanlarının Öldürölmesinin İntikamını Almaya Söz Verdi) ifadesi, sadece bir askeri strateji olarak değil, aynı zamanda bir güvenlik sorunu olarak tanımlanmakta ve bu durum, İsrail ve ABD'nin tepkilerini haklı çıkarmaktadır. Başlıkta; İran'ın intikam almak için tehditte bulunması, bir tehlike olarak sunulmakta ve bu durum hem iç hem de dış politikada bir tehdit algısının oluşmasına yol açmaktadır. "Avenge" terimi, duygusal bir tepkiyi de beraberinde getiren bir kavram olup ve İran'ın askeri güç kullanma potansiyelinin artabileceği hissinin uyandırmaktadır. Bu tür ifadeler, ABD'nin güvenlik politikalarının meşrulaştırılması için bir zemin hazırlamaktadır.

Başlığın içeriği, "Israel and U.S. are on Alert" ifadesiyle İsrail ve ABD'nin askeri hazırlıklarını artırma gerekliliğini

vurgulayarak, olası bir çatışma durumunda askeri gücün etkinliğini artırmak için kamuoyunu bilgilendirmektedir. Bu bağlamda, askeri önlemlerin alınması gerektiği mesajı, medyanın güvenlikleştirme sürecine katkıda bulunmakta ve hükümetlerin askeri harcamalarını artırmalarına yönelik kamu desteğini pekiştirmektedir.

Başlık, okuyucunun zihninde bir “us versus them” (biz onlara karşı) duygusu yaratırken, bu durum aynı zamanda toplumların birbirlerine karşı duyduğu güvensizliği de pekiştirmektedir. Bu tür bir dil kullanımı, olayların çok boyutlu ve karmaşık yapısını göz ardı ederek, okuyucuların daha yüzeysel bir bakış açısına sahip olmalarına neden olmaktadır.

*The Washington Post* gazetesinin “Yes, North Korea is preparing for war in Ukraine and the Middle East” haber başlığı, Kuzey Kore’nin askeri hazırlıklarının uluslararası güvenlik dinamikleri üzerindeki etkisini vurgulamakta, aynı zamanda Ortadoğu ve Ukrayna’daki çatışmaların bu bağlamda nasıl bir rol oynadığını göstermektedir.

“North Korea is preparing for war” (Kuzey Kore’nin Ukrayna ve Ortadoğu’da savaş hazırlığı yapması) ifadesi, bu bölgelerdeki çatışmalarla ilişkilendirerek güvenlikleştirme sürecini aktive etmektedir. Bu bağlamda, haberdeki ifade tarzı, Kuzey Kore’nin askeri gücünün ve niyetlerinin sorgulanabilir olduğunu vurgulamakta ve uluslararası kamuoyunda bir tehdit algısı oluşturmaktadır. Kuzey Kore’nin askeri hazırlıklarının, mevcut uluslararası çatışmalarla ilişkilendirilmesi, bu ülkenin güvenlikleştirilmesine yönelik bir çaba olarak değerlendirilebilir. Ortadoğu ve Ukrayna’daki savaşlar, Kuzey Kore’nin askeri stratejilerini ve eylemlerini anlamada bir çerçeve sunmakta ve bu çatışmalar aracılığıyla Kuzey Kore’nin bir tehdit olarak konumlandırılması amaçlanmaktadır.

Kuzey Kore’nin savaş hazırlıkları, uluslararası güvenlikteki mevcut belirsizliklerle birlikte, önemli bir tehdit unsuru



olarak sunulmaktadır. Haberdeki dil, Kuzey Kore'nin savaş potansiyelini artıran bir aktör olarak tanımlamakta ve bu durum, kamuoyunda tehditkar bir atmosfer yaratmaktadır. Özellikle, Kuzey Kore'nin var olan çatışmalara dahil olma potansiyeli, uluslararası arenada bir tehdit algısının pekişmesine yol açmaktadır.

Başlık, Kuzey Kore'nin askeri hazırlıklarını vurgulayarak, bu ülkenin uluslararası güvenliği tehdit edebileceği fikrini güçlendirmektedir. Bu durum, askeri müdahale veya diplomatik stratejilerin güvenlikleştirme sürecinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Kuzey Kore'nin potansiyel askeri eylemleri hem Ortadoğu hem de Ukrayna'daki mevcut çatışmalarla bağlantılı olarak ele alınmakta ve bu bağlamda bir tehdit olarak algılanmaktadır. Kuzey Kore'nin Ortadoğu ve Ukrayna'daki çatışmalarla ilişkilendirilmesi, bu ülkenin uluslararası alandaki imajını olumsuz etkilemekte ve alternatif bakış açılarını marjinalleştirmektedir. Ayrıca “preparing for war” ifadesi, sadece askeri bir hazırlığı değil, aynı zamanda potansiyel bir çatışma olasılığını da işaret etmektedir. Bu tür bir dil kullanımı, okuyucunun zihninde bir aciliyet duygusu yaratırken, Kuzey Kore'nin uluslararası ilişkilerdeki etkisini ve muhtemel tehdit boyutunu pekiştirmektedir.

Başlığın ikinci kısmındaki “in Ukraine and the Middle East” ifadesi, okuyucunun dikkatini iki farklı coğrafyaya yönlendirirken, bu bölgelerdeki mevcut çatışmalarla Kuzey Kore'nin askeri hazırlıkları arasında bir bağlantı kurmaktadır. Bu durum, Kuzey Kore'nin askeri stratejisini yalnızca kendi sınırları içinde değil, aynı zamanda uluslararası düzlemde de etkili kılma potansiyelini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Kuzey Kore'nin varlığı, diğer bölgesel ve uluslararası dinamiklerle birleşerek, daha geniş bir tehdit algısı yaratmaktadır. Örneğin, Ortadoğu ve Ukrayna'daki çatışmaların yanı sıra, Kuzey Kore'nin varlığı, dünya genelinde güç dengesizlikleri ve güvenlik endişeleri üzerinde etkili olmaktadır. Bu tür bir başlık yapısı, okuyucuların

zihinlerinde “biz” ve “onlar” şeklinde bir ayrım oluşturarak, Kuzey Kore’nin bir tehdit olarak lanse edilmesine katkı sağlamaktadır.

*USA Today* gazetesindeki “Is Iran behind Hamas terrorist attacks? What it would mean for US and Middle East security” başlığı, Güvenikleştirme/Tehdit Yaratma bağlamında dikkat çekici bir örnek sunmaktadır. Başlık, İran’ın güvenikleştirilmesi bağlamında küresel algı yönetimi ve haber medyasının rolünü incelemek için önemli bir örnek sunmaktadır. Bu başlık, İran’ın Hamas üzerindeki potansiyel etkisini sorgularken, uluslararası güvenlik dinamikleri açısından bir tehdit algısını pekiştirmeyi amaçlamaktadır.

Başlığın ilk kısmında yer alan “Is Iran behind Hamas terrorist attacks?” sorusu, okuyucuda bir merak uyandırmakla birlikte, aynı zamanda İran’ın Hamas ile olan ilişkisi ve bu ilişki üzerinden oluşturulacak tehdit algısı üzerine kurgulanmış bir zemin sunmaktadır. Bu ifade, İran’ı doğrudan bir tehdit unsuru olarak konumlandırmakta ve Hamas’ın gerçekleştirdiği eylemleri bir bağlama oturtarak, bu bağlamda İran’ın sorumluluğuna dair bir sorgulama yaratmaktadır. Bu tür bir soru biçimi, okuyucuya İran’ın uluslararası güvenlik dinamikleri üzerindeki potansiyel etkilerini düşünme fırsatı sunarken, aynı zamanda belirli bir korku ve belirsizlik atmosferi de oluşturmaktadır.

Başlığın ikinci kısmındaki “What it would mean for US and Middle East security” ifadesi ise, okuyucunun zihninde İran’ın olası eylemlerinin sonuçlarına dair bir korku ve endişe yaratmaktadır. Bu ifade, İran’ın Hamas üzerindeki etkisinin sadece yerel değil, aynı zamanda uluslararası güvenlik dengeleri üzerinde de derin sonuçlar doğurabileceği mesajını taşımaktadır. ABD ve Orta Doğu güvenliği bağlamında bu tür bir tehdit algısı hem kamuoyunda hem de siyasi düzeyde daha geniş tartışmalara yol açabilmektedir. Bu durum, okuyucunun zihninde bir tehdidin büyüklüğünü algılayabilmesi için bir

kıyaslama yapmasına olanak tanırken, aynı zamanda ABD'nin güvenlik politikalarına dair kamuoyunda olumlu algı oluşturmaya da katkı sağlayabilir. Örneğin, bu başlık, İran'a yönelik olası bir askeri müdahaleyi ya da daha sıkı bir dış politika izlemesini savunmak için bir zemin hazırlamaktadır.

Haberin başlığı, İran'ın Hamas'la olan ilişkisini sorgulayarak, bu durumu güvenlikleştirme sürecinin bir parçası olarak ele almakta ve uluslararası güvenlikte önemli bir tehdit olarak konumlandırmaktadır. Haberdeki sorular, okuyucuya İran'ın rolünü sorgulama ve bu bağlamda potansiyel bir tehdidi göz önünde bulundurma fırsatı sunmaktadır.

Başlık, İran'ın Hamas'la olan ilişkisini sorgularken, bu durumun ortaya çıkarabileceği güvenlik tehditlerine dikkat çekmektedir. "What it would mean for US and Middle East security" ifadesi, İran'ın olası eylemlerinin sadece bölgeye değil, aynı zamanda ABD'ye de tehdit oluşturabileceği fikrini güçlendirmektedir. Bu tür ifadeler, kamuoyunda belirli bir korku ve endişe yaratmakta, dolayısıyla güvenlikleştirme sürecini pekiştirmektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yayımlanan "Russia Moves Forward with Plans to Buy Iranian Ballistic Missiles" başlıklı haber, küresel algı yönetimi bağlamında İran ve Rusya'nın güvenlikleştirilmesi sürecinin nasıl işlediğine bir örnek sunmaktadır. Bu başlık, İran ve Rusya'nın balistik füzeler üzerinden güvenlik tehditi olarak resmedilmesini sağlamaktadır. Haber, iki ülke arasındaki silah anlaşmasını küresel ve bölgesel güvenlik için doğrudan bir tehdit olarak sunarak, Batı kamuoyunda endişe ve korku yaratmaya yöneltmektedir.

Başlıkta; Rusya'nın "Plans to Buy Iranian Ballistic Missiles" (İran'dan balistik füze satın alma planları), bu iki ülkenin uluslararası barış ve istikrara yönelik tehdit olarak sunulması için bir araç olarak kullanılmaktadır. Balistik füzeler, stratejik ve yıkıcı potansiyelleri nedeniyle özellikle uluslararası

güvenlik söz konusu olduğunda güçlü bir tehdit sembolüdür. Bu nedenle, silahlanmayla ilgili her türlü anlaşma, haberde doğrudan güvenlikleştirme mekanizmalarının devreye girmesine olanak sağlamaktadır.

Başlıkta kullanılan “moves forward” ifadesi, bu sürecin kaçınılmaz olduğunu ve aktif bir tehdit unsurunun hızla gelişmekte olduğunu söylemektedir. Aynı zamanda, haber, bu anlaşmayı küresel güvenlik açısından büyük bir tehdit olarak resmederek, Batılı güçlerin askeri ve diplomatik tepkilerini meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Burada, medya aracılığıyla İran ve Rusya’nın ortak silahlanma stratejileri hem bölgesel istikrarı hem de küresel güvenliği tehdit eden bir gelişme olarak sunulmaktadır.

İran ve Rusya’nın bu haber çerçevesinde güvenlikleştirilmesi, iki farklı ama birbiriyle bağlantılı süreç üzerinden yürütülmektedir. İran, uzun yıllardır Batı medyasında ve siyasetinde, nükleer programı ve bölgesel askeri faaliyetleriyle “tehdit” olarak tanımlanmış bir aktördür. İran’ın Rusya’ya balistik füze satışı, bu güvenlik tehdidini daha da pekiştirmekte, İran’ı bölgesel bir “silah tedarikçisi” ve savaşlara katkı sağlayan bir güç olarak konumlandırmaktadır. Bu güvenlikleştirme süreci, İran’a yönelik ekonomik yaptırımların, diplomatik izolasyonun ve askeri önlemlerin Batı tarafından sürekli meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir.

Rusya ise Ukrayna Savaşı ve Batı’yla giderek tırmanan gerilimler bağlamında uluslararası toplumda güvenlikleştirilmiş bir aktör olarak zaten yoğun bir şekilde gündeme gelmektedir. Rusya’nın balistik füze alımı, bu ülkenin askeri kapasitesini artırarak, halihazırda güvenlikleştirilmiş bir tehdidi daha da büyütmektedir. Rusya’nın Ukrayna’da yürüttüğü savaş ve bu savaşı sürdürmek için başka ülkelerden aldığı destek, Batı medyasında bir tehdit algısının yaratılmasını kolaylaştırmaktadır. Başlıkta bu bağlamda Rusya’nın askeri gücünün büyümesi, sadece bölgedeki istikrarı bozma

potansiyeliyle değil, aynı zamanda küresel çapta bir tehdit olarak tanımlanmaktadır.

Balistik füzeler, askeri stratejide son derece önemli ve yıkıcı bir unsurdur. Haberde, bu silahların transferinin vurgulanması, uluslararası toplumda silahlanma yarışına dair endişeleri artırmakta ve bu iki ülkenin askeri kapasitesinin genişlemesinin küresel güvenlik üzerindeki etkilerine dikkat çekmektedir. Başlığın dili, İran ve Rusya arasındaki silah ticaretinin bölgesel istikrarı tehdit ettiğini ima ederken, aynı zamanda küresel güvenliğe de doğrudan bir tehdit olarak yansıtılmaktadır. İran'ın balistik füze sağlaması, sadece Orta Doğu'daki güç dengesini değiştirmekle kalmaz, aynı zamanda Batı'nın güvenlik çıkarlarına da zarar verecektir. Bu durum, ABD ve müttefiklerinin güvenlik politikalarını yeniden değerlendirmesi gerektiği fikrini pekiştirmektedir.

Göreceli Mağduriyet tekniğinin uygulandığı *Los Angeles Times*'de yayımlanan "Israel and Ukraine? It's the same war on two fronts" başlığı, Ukrayna-Rusya Savaşı ile İsrail-Gazze çatışmasını "aynı" mağduriyet çatısı altında birleştirerek, izleyicilere iki farklı savaşın ortak bir mücadele olduğu algısını yaratmaktadır. Ancak, bu iki durumun tarihi, siyasi ve askeri bağlamlarını göz önünde bulundurulduğunda, böyle bir kıyaslamanın Göreceli Mağduriyet söylemi üzerinden tarafı bir şekilde kurgulandığını söylemek mümkündür.

Bu haber başlığı, İsrail ile Ukrayna'nın savaşlarını "It's the same war on two fronts" ifadesi ile benzer "mağduriyetler" olarak tanımlayarak, her iki durumun eşit derecede meşru bir savunma mücadelesi olduğu algısını yaratmaktadır. Ancak, bu kıyaslama oldukça problematiktir, zira Ukrayna, uluslararası hukuk çerçevesinde Rusya'nın açık bir saldırgan olarak kabul edildiği bir durumda işgal altındaki bir ülkeyken, İsrail'in Filistin topraklarındaki varlığı ve eylemleri, uluslararası arenada büyük ölçüde eleştirilmekte ve işgalci olarak nitelendirilmektedir.

Bu tür Göreceli Mağduriyet söylemleri, çatışmaların asimetrik yapısını gizlemekte ve mağduriyetin daha çok algı yönetimi üzerinden şekillendiği bir ortam yaratmaktadır. Ukrayna, Rusya'nın açık bir saldırgan olarak tanımlandığı bir savaşın mağduru olarak uluslararası arenada destek kazanırken, İsrail-Gazze çatışmasında İsrail'in kendini bir mağdur olarak sunması, tarihsel ve politik bağlamda oldukça karmaşıktır. İsrail, Gazze'deki şiddet ve askeri operasyonlar üzerinden meşru müdafaa söylemi üretirken, Filistinlilerin uluslararası hukuk ve insan hakları temelindeki mağduriyeti göz ardı edilmektedir.

Medya, uluslararası çatışmaların nasıl algılandığını şekillendiren en önemli araçlardan biridir. Ukrayna-Rusya ve İsrail-Filistin çatışmalarının benzer çatılar altında değerlendirilmesi, medyanın iki farklı çatışmayı nasıl sunabileceği konusunda önemli bir örnektir. Ukrayna, Batı dünyası tarafından büyük ölçüde desteklenirken, İsrail'in Filistin'e yönelik uzun süreli işgali ve Gazze üzerindeki askeri operasyonları Batı medyasında genellikle "meşru müdafaa" olarak nitelendirilmektedir. Ancak, her iki durumda da saldırı ve mağdur arasındaki dengenin eşit olmadığı açıktır.

İsrail'in Gazze'ye yönelik askeri müdahaleleri ve Filistinlilerin yerinden edilmesi gibi konular Batı medyasında sıklıkla güvenlik ve terörizm kapsamı içerisinde ele alınmaktadır. Bu tür söylemler, Batı toplumlarında İsrail'in güvenlik kaygılarına sempati duyulmasına yol açmakta ve Filistinlilerin yaşadığı sistematik mağduriyetleri arka plana itmektedir. Ukrayna, Batı'nın Rusya'ya karşı verdiği bir savaşta mağdur olarak tanımlandığında, aynı medya kuruluşları bu mağduriyeti vurgulamakta ve Ukrayna'ya yönelik desteği arttırmaktadır.

Sonuç olarak, medya tarafından üretilen Göreceli Mağduriyet söylemi, uluslararası çatışmaların nasıl algılandığını şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. *Los Angeles Times*'ın başlığı, İsrail-Gazze ve Ukrayna-Rusya Savaşlarını

eşitleyerek, İsrail'in askeri eylemlerini haklı gösterecek bir anlatı sunmaktadır. Ancak, bu başlık, çatışmaların dengesiz yapısını ve Filistin halkının mağduriyetini göz ardı etmektedir. Bu durum, medyanın uluslararası çatışmalarda tarafsız bir bilgi kaynağı olmasının ne kadar zor olduğunu bir kez daha kanıtlamaktadır.

*The New York Times*'de yayımlanan "U.S. Backs Israel, as Cause of Blast Remains Disputed" başlıklı haber, Gazze'de yaşanan bir patlamanın sorumluluğuna dair belirsizlik devam ederken ABD'nin İsrail'e koşulsuz desteğini vurgulamakta ve bu bağlamda haberin nasıl bir küresel algı yönetimi aracına dönüştüğünü göstermektedir. Bu başlıkta, Gazze'deki patlamanın sorumluluğu henüz netleşmemiş olmasına rağmen, haber başlığı, İsrail'in uluslararası kamuoyunda bir mağduriyet konumuna yerleştirilmesine ve ABD'nin desteğinin bu mağduriyetin sonucu olarak kurgulanmasına hizmet etmektedir.

"as Cause of Blast Remains Disputed" ifadesiyle Gazze'deki patlamanın nedenleri hala tartışmalı olduğunu belirtmesine rağmen, ABD'nin İsrail'i doğrudan desteklediği vurgusunu yaparak, bu olayda mağduriyetin kim tarafından yaşandığı konusunda taraflı bir yapı sunmaktadır. Patlamada Filistinli sivillerin yaşadığı acı ve kayıplar ikinci plana itilmekte, asıl odak İsrail'in mağduriyetine olan desteğe verilen desteğe kaydırılmaktadır. Bu çerçevede, Göreceli Mağduriyet söylemi aracılığıyla İsrail, bir savunma savaşının içinde, uluslararası terörizm veya militan saldırılarla mücadele eden bir devlet olarak kurgulanmaktadır. ABD'nin İsrail'e verdiği destek, bu mağduriyet söylemini rasyonelleştirilmektedir.

Medya, uluslararası çatışmaların nasıl anlaşıldığını belirleme gücüne sahip en önemli araçlardan biridir. Bu bağlamda, medya yalnızca bilgi vermekle kalmayıp; aynı zamanda hangi bilginin daha önemli olduğu ve bu bilginin nasıl sunulması gerektiği konusunda da bir tercih yapmaktadır. Haber başlığı, olayın sorumlusu belirsiz olmasına rağmen,

İsrail'in uluslararası arenada mağduriyetinin desteklenmesi gerektiği algısını yaratmaktadır. Bu durum, medya aracılığıyla gerçeklerin çarpıtılması ve çatışmaların taraflı bir şekilde yansıtılması anlamına gelmektedir. Medya, İsrail'in sürekli olarak bir mağduriyet çerçevesinde kurgulanmasını sağlamakta ve Filistinlilerin yaşadığı mağduriyetler bu tür haber başlıkları aracılığıyla geri planda kalmaktadır. ABD'nin İsrail'e verdiği desteğin ön planda tutulması ve Gazze'deki patlamanın sorumluluğunun henüz netleşmemiş olmasına rağmen İsrail'in mağduriyetinin vurgulanması algı yönetiminin bir parçasıdır.

*The Washington Post*'ta yayımlanan "U.S. Stands with Israel at U.N. Court as Biden-Netanyahu Tension Simmer" haber başlığı Göreceli Mağduriyet tekniğine göre değerlendirildiğinde, İsrail'in uluslararası arenada sorunlarla karşı karşıya olduğu ve Biden yönetimiyle yaşanan tansiyona rağmen ABD'nin İsrail'e koşulsuz desteğini vurgulamakta, bu desteğin perde arkasındaki mağduriyet söylemi ve güç ilişkileri gibi önemli unsurları göz ardı etmektedir. Bu yazıda, Göreceli Mağduriyet kavramı, küresel algı yönetimi ve medyanın bu süreçteki aracılığı, söz konusu haber başlığı üzerinden ele alınacaktır.

Başlık, "U.S. Stands with Israel at U.N. Court" (ABD BM Mahkemesi'nde İsrail'in Yanında) ifadesiyle ABD'nin İsrail'e olan desteğinin vurgularken, İsrail'in uluslararası arenada eleştirildiği sorunlarına kalkan yaratmaktadır. BM gibi uluslararası bir kurum, çoğunlukla İsrail'in Filistin topraklarındaki yerleşim politikalarını ve insan hakları ihlallerini eleştirmekte, bu bağlamda uluslararası hukuk ihlallerini gündeme getirmektedir. Ancak haberin çerçevesi, İsrail'in bu ihlallere rağmen ABD tarafından desteklenmesini, İsrail'in bir mağdur olarak sunulması bağlamında ele alınmaktadır.

Bu mağduriyet kurgusu, İsrail'in uluslararası alanda yalnızca bir savunma devleti olarak kurgulanmasına



katkıda bulunmaktadır. İsrail'in bölgedeki askeri ve siyasi gücü, Filistinlilere yönelik uzun yıllardır süregelen işgal politikalarıyla birlikte ele alınmazken; daha çok İsrail'in kendini terör tehditlerine karşı savunduğu bir devlet olarak görülmesi öne çıkarılmaktadır. BM gibi uluslararası kuruluşların İsrail'e yönelik eleştirileri, ABD'nin İsrail'e verdiği desteğin gölgesinde kalmakta ve medya, bu durumu uluslararası güç ilişkilerinin bir parçası olarak sunmaktan çok, ABD'nin İsrail'in yanında yer almasının haklılığını vurgulamaktadır. Bu başlıkta, İsrail'in sorumluluklarından çok taraflı mağduriyetine odaklanmaktadır.

Haber başlığı, “as Biden-Netanyahu Tension Simmer” ifadesiyle Biden-Netanyahu arasındaki gerilimi kısaca dile getirirse de asıl vurgu ABD'nin BM önünde İsrail'i desteklemesine yapılmaktadır. Yani bu gerilime rağmen İsrail bir mağdurdur ve ABD, mağdurun yanında yer almaktadır. Bu bağlamda, Biden yönetimi ile Netanyahu hükümeti arasındaki siyasi gerilimlerin arka planda tutulması ve ABD'nin İsrail'e verdiği desteğin ön plana çıkarılması, uluslararası kamuoyunda ABD-İsrail ilişkilerinin stratejik önemini vurgulayan bir medya kurgusu yaratmaktadır. Özetle; BM'nin eleştirileri, İsrail'i haksız yere hedef alan politikalar olarak gösterilirken, ABD'nin desteği İsrail'in uluslararası izolasyonuna karşı bir savunma hamlesi olarak bir “mağduriyet savunması” olduğu mesajı verilmektedir.

Göreceli Mağduriyet tekniğine bir diğer örnek ise; *USA Today*'in “Blinken Urges ‘Humanitarian Pauses,’ but US Won't Back Cease-Fire in Gaza” haber başlığıdır, ABD Dışişleri Bakanı Antony Blinken'ın Gazze'de insani yardımların ulaşabilmesi için “humanitarian pauses” (insani aralar) önerdiğini, ancak ABD'nin bir ateşkese destek vermediğini belirtmektedir. Bu başlık, Filistin'deki insani kriz kabul edilmekle birlikte, İsrail'in güvenlik endişeleri ve askeri harekâtının mağduriyet çerçevesine yerleştirilmesi sebebiyle ateşkesin reddedilmesine vurgu yapmaktadır.

ABD'nin bu yaklaşımı, Gazze'deki sivillerin yaşadığı ağır kayıplara rağmen İsrail'in kendini savunma hakkının ön plana çıkarılmasına ve İsrail'in mağduriyetinin uluslararası arenada kabul edilmesine dayanmaktadır. Gazze'deki insani yardıma ihtiyaç olduğu kabul edilse de ateşkes talebinin reddi, İsrail'in haklı görüldüğü bir mağduriyet çerçevesi yaratmaktadır. Bu çerçevede, ABD'nin önerdiği "humanitarian pauses" kısa vadeli bir çözüm gibi sunulurken, uzun vadeli ve kalıcı bir çözüm olan ateşkes talebi İsrail'in "mağduriyeti" ve askeri çıkarları doğrultusunda göz ardı edilmektedir. Bu yaklaşım, ABD'nin İsrail'e verdiği koşulsuz desteğin küresel kamuoyunda kabul edilmesini sağlamak için kullanılan bir algı yönetimi stratejisidir. Göreceli Mağduriyet söylemi aracılığıyla İsrail'in uluslararası kamuoyundaki haklılık iddiasını pekiştirilirken, Filistinlilerin yaşadığı mağduriyetin görünürlüğü azalmaktadır.

*The Wall Street Journal* gazetesinde yer alan "Biden Moves Forward on \$Billion in New Arms for Israel" haber başlığı, ABD Başkanı Joe Biden'ın İsrail'e milyarlarca dolarlık yeni silah yardımı yapma kararını aktarmaktadır. Bu haber, Gazze'deki insani krizi kabul ederken, İsrail'in güvenlik kaygılarını ön plana çıkararak, mağduriyet algısını nasıl etkilediğini göstermektedir.

ABD'nin Gazze'deki insani yardım çabaları başka haber başlıklarında vurgulanırken, aynı zamanda İsrail'e yapılan silah yardımları çifte standart olarak değerlendirilebilir; çünkü bir taraftan Gazze'de insani yardım çabaları desteklenirken, diğer taraftan İsrail'e yönelik askeri destek, Gazze'deki insani durumu daha da kötüleştirecek bir sürecin parçası olarak olacaktır. Başlıkta, İsrail'in güvenliği ve meşru müdafaa hakkı, Gazze'deki insani krizi gölgede bırakan bir anlatı oluşturmaktadır. İsrail'in güvenlik kaygıları taraflı bir mağduriyet söylemi altında, Gazze'deki sivillerin yaşadığı ağır kayıplar ve insani krizden daha öncelikliymiş gibi sunulmaktadır. Böylece, Gazze'deki mağduriyet ikinci

plana itilirken, “\$Billion in New Arms for Israel” ifadesiyle ABD’nin İsrail’e attığı mağduriyet durumu meşruluk kazanmaktadır. Çünkü, ABD’nin, böyle büyük bir silah yardımını İsrail’in yaşanan mevcut durumdaki mağduriyeti sebebiyle yapmakta olduğu algısı uluslararası kamuoyunda yaratılmak istenmektedir. Silah yardımı, Gazze’deki sivil kayıpları ve insani krizi görmezden gelinerek, ABD’nin İsrail’le olan stratejik ittifakını güçlendirmeyi amaçlayan bir çerçeve içerisinde sunulmaktadır. Çıkarlar ve politik ilişkiler doğrultusunda, çatışmaların gerçek boyutları ve esas mağduriyetler göz ardı edilmektedir. Medya, bu süreçte küresel algı yönetimini etkileyerek, tarafsızlık iddialarını sorgulanır hale getirmekte ve çatışmanın doğasını çarpıtarak, uluslararası kamuoyunda bir tarafın mağduriyetini diğerinden daha belirgin kılmaktadır.

Barışçıl Görünme tekniğine dair örneklerle bakıldığında *Los Angeles Times* gazetesinde yer alan “U.S. struggles with how to help restore calm in Middle east in wake of deadly Hamas attack” başlığı, ABD’nin uluslararası arenadaki imajını güçlendirmek ve kendisini barış sağlayıcı, arabulucu ve çözüm üreten bir aktör olarak konumlandırmak istediği bir anlatıyı destekler niteliktedir. Bu tür haber başlıkları, ABD’nin Ortadoğu’daki rolünü olumlu ve müdahil olması gereken bir güç olarak göstermeye yönelik küresel algı yönetimi stratejilerinin bir parçası olarak değerlendirilebilir.

Başlıktaki “struggles with” ifadesi, ABD’nin mevcut duruma doğrudan müdahale etmeye çalıştığını, fakat karmaşık bir sorunla karşı karşıya olduğunu belirtmektedir. Bu, küresel kamuoyunda ABD’nin çabalayan, samimi bir barış arayışında olduğu izlenimini yaratmayı amaçlamaktadır.

“*help restore calm*” ABD’nin çabaları ve arabuluculuk rolünü vurgulayan önemli bir ifadedir. Ortadoğu’daki çatışmalarda ABD, sıkça arabulucu rolüne soyunarak hem bölgedeki müttefikleriyle ilişkilerini güçlendirmeyi hem de uluslararası

desteği artırmayı hedeflemektedir. ABD'nin Ortadoğu'daki politikalarını uygularken karşılaştığı en önemli zorluklardan biri, küresel algı yönetiminde bölge halkı ve diğer aktörlerin desteğini almaktır. Bu başlıkta ABD, çözüm sunmaya çalışan bir aktör olarak lanse edilerek, küresel kamuoyunda pozitif bir imaj çizmeye çalışmaktadır. Hamas'ın saldırısına yanıt olarak “restore calm” ifadesi, ABD'nin sadece askeri veya sert güç politikalarına dayalı olmadığını, aynı zamanda diplomasi ve uzlaşma yönünde adımlar attığının mesajını vermektedir. Bu da küresel algı yönetiminde ABD'nin tek taraflı bir güç olarak değil, küresel barış ve istikrar için çalışan bir güç olarak algılanmasını hedefleyen bir yöntemdir. Bu tür bir imaj, ABD'nin Ortadoğu'yla ilgili stratejik çıkarlarını uygularken uluslararası desteği kazanmasına yardımcı olacaktır. Sonuç olarak, bu haber başlığı, ABD'nin küresel algı yönetimindeki çabasının bir yansımasıdır; arabulucu, çözüm üreten ve barışa katkıda bulunan bir aktör olarak imajını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu imaj, gelecekteki Ortadoğu politikalarının uygulanmasında ABD'ye uluslararası arenada daha fazla esneklik ve destek sağlayacaktır. ABD'nin Hamas'a yönelik bir tepki verirken, diğer yandan bölgedeki barışı sağlama çabalarını sergileyen bir tutum sergilediğini göstermektedir. Bu durum; ABD'nin kendi çıkarlarını koruma amacıyla hareket etmesinin yanında, uluslararası alanda “barışsever” bir ülke imajı yaratma çabası olarak algılanmaktadır. Medya, bu durumu genellikle yüzeysel bir bakış açısıyla ele almakta ve barışçıl görünmeyi esas alarak, bu çerçevedeki çelişkileri göz ardı etmektedir.

*The New York Times* gazetesindeki “Only You Can Save Israel Now, Mr. Biden” başlığı, ABD'nin Orta Doğu'daki barış arayışında ve İsrail'in güvenliğinde oynadığı rolü öne çıkaran önemli bir iletişim stratejisini temsil etmektedir. Başlık; küresel algı yönetimi bağlamında, ABD'nin uluslararası arenadaki imajını güçlendirmek ve kendisini kahraman bir güç olarak lanse etmek için güçlü bir örnektir.

İsrail'in "kurtuluşu" için Biden'ın tek çare olarak sunulması, ABD'yi hem askeri hem de diplomatik bir kurtarıcı olarak pozisyonlandırarak, Ortadoğu'da çözüm üreten bir aktör olarak imajını pekiştirmektedir. Başlık, ABD Başkanı Joe Biden'ın kritik bir rol oynaması gerektiğini vurgulayarak, onu barışın sağlanmasında aktif bir figür olarak konumlandırmaktadır. Burada, Biden'ın "Only You Can Save Israel" ifadesiyle kurtarıcı rolü, ABD'nin uluslararası ilişkilerdeki hegemonik duruşunu pekiştirmekte ve aynı zamanda barışçıl bir arabulucu olarak algılanmasını sağlamaktadır. "Only You Can Save Israel Now, Mr. Biden" ifadesi, medyanın, Biden'ın uluslararası arenada bir "kahraman" olarak görülmesini sağlamak için kullandığı bir dil örneğidir. Bu, aynı zamanda, ABD'nin Orta Doğu'daki rolünü ve etkisini pekiştirirken, Biden'ın kişisel sorumluluğunu ön plana çıkararak, sorunların çözümündeki merkezi konumunu vurgulamaktadır.

Biden'ın "kurtarıcı" rolüne dair vurgular, ABD'nin uluslararası üstünlüğünü gösterme çabası olarak da değerlendirilebilir. Bu tür bir algı yönetimi, ABD'nin dünya genelindeki etkisini güçlendirmeyi amaçlarken, aynı zamanda uluslararası ilişkilerdeki hegemonyasını sürdürmesine ve yerini korumasına yardımcı olmaktadır. "*Save Israel*" vurgusu, ABD'nin Ortadoğu'daki müttefiklerini savunma ve koruma rolünü de simgelemektedir. Bu, ABD'nin sadece İsrail'e değil, bölgede barış ve istikrar için tüm dünyaya hizmet eden bir güç olarak algılanmasını sağlamaktadır. Böylelikle ABD, sadece askeri bir aktör değil, aynı zamanda diplomatik yollarla da sorunlara çözüm bulan bir "kahraman" olarak tasvir edilmektedir. Biden'ın bu rolü üstlenmesi, uluslararası kamuoyunda ABD'nin Ortadoğu politikalarına verilen desteği artıracak kamusal algının oluşmasını sağlamaktadır.

*The Washington Post* gazetesinde yer alan "Biden embraces Israel, raises hope for Gaza aid" başlığı, Biden'ın "İsrail" ile olan samimi bağını vurgulaması, onu bir barış arayışında "kurtarıcı" olarak konumlandırmaktadır. Bu durum,

ABD'nin Orta Doğu'da barışı sağlama konusundaki niyetini sorgularken, aynı zamanda bu niyetin altında yatan güç dinamiklerini de göstermektedir. Başlıktaki “embraces Israel” ifadesi, Biden'ın İsrail'e olan güçlü desteğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu, ABD'nin bölgedeki müttefiklerine olan bağlılığını gösteren bir temsil olarak, ABD'yi güvenilir ve sadık bir müttefik olarak sunmaktadır. Bu tutum, ABD'nin İsrail'in güvenliğini koruma ve savunma konusundaki kararlılığını uluslararası kamuoyuna aktarmak için önemli bir hamledir. Biden'ın İsrail'e olan desteği, ABD'nin uluslararası alandaki hegemonik duruşunu pekiştirirken, aynı zamanda Orta Doğu'daki çatışmaların seyrini de etkileyebilecek bir konumda olduğunu göstermektedir. ABD'nin İsrail'e yönelik bu net desteği, Washington'un Ortadoğu'daki güçlü varlığını sürdürebilmesi için müttefik ülkelerle bağlarını sağlamlaştırma stratejisinin bir parçası olarak da değerlendirmek mümkündür.

Öte yandan “raises hope for Gaza aid” vurgusu, ABD'nin sadece İsrail'i destekleyen bir güç olmadığını, aynı zamanda insani yardıma ve diplomasiye de önem verdiğini göstermektedir. Bu ifade, ABD'nin Gazze'ye yardım sağlayarak dengeyi kurmaya çalıştığını ve sadece tek taraflı bir aktör olarak değil, çözüm arayışında kapsayıcı bir lider olarak hareket ettiğini de göstermektedir. Biden'ın Gazze'ye yardım konusundaki umut verici yaklaşımı, ABD'yi çatışmanın her iki tarafı için de çözüm üreten bir arabulucu olarak konumlandırmakta ve bu, uluslararası kamuoyunda olumlu bir algı yaratabilmektedir. Dolayısıyla, Biden'ın bu tür yardımları gündeme getirmesi, belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleşmektedir. Bu başlık; Biden'ın barış arayışındaki rolünü ön plana çıkararak, onu bir lider ve barışçıl bir figür olarak konumlandırırken, aynı zamanda onun eylemlerinin arkasındaki karmaşık dinamiklerinin arka planda kalmasını sağlamaktadır.

Başlık, ABD'nin hem İsrail'e güçlü desteğiyle güvenliğini sağlarken, aynı zamanda Gazze'ye yardım etme niyetiyle

insani çözümler sunduğu mesajını ileterek, ABD'yi küresel barış ve istikrarı destekleyen bir kahraman ve arabulucu olarak lanse etmektedir. Bu stratejik imaj, ABD'nin Ortadoğu'daki politikalarını uygularken uluslararası destek kazanmasına yardımcı olacaktır.

*USA Today* gazetesindeki “Japanese Prime Minister tells Congress ‘the world needs the United States’ as Ukraine, Israel aid” başlığı, Japonya'nın ABD'ye olan bağlılığını ve bu bağlamda uluslararası dinamikleri ele alarak önemli bir mesaj vermektedir. Başlığın içerdiği mesaj, Japonya'nın ABD'ye olan güvenini ve ABD'nin uluslararası düzeyde barış sağlayıcı bir aktör olarak görüldüğünü vurgulamaktadır. Japon Başbakanı'nın ifadesi, ABD'nin dünyadaki rolünü pekiştirirken, aynı zamanda barış arayışındaki liderliğini de öne çıkarmaktadır.

Başlıktaki “the world needs the United States” ifadesi, ABD'nin uluslararası sistemdeki merkezi ve hayati rolünü vurgulamaktadır. Bu tür bir mesaj, ABD'nin sadece bölgesel bir güç olmadığını, aksine dünya genelindeki krizlerde -burada Ukrayna ve İsrail üzerinden örneklendirildiği gibi- müdahale etme kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Japonya Başbakanı'nın bu açıklaması, ABD'nin uluslararası düzenin garantörü olarak sunulmasını sağlarken, Washington'un küresel barış ve istikrarın anahtarını elinde tuttuğu algısını da güçlendirmektedir. Bu tür bir söylem, ABD'nin Ortadoğu'da uygulamak istediği politikalar için uluslararası kamuoyunun algısını manipüle ederek destek kazanmasına zemin hazırlamaktadır.

Başlıkta yer alan “Ukraine, Israel aid” ifadesi, ABD'nin aynı anda birden fazla kriz bölgesinde aktif olarak çözüm üretmeye çalışan bir güç olarak sunulmasını sağlamaktadır. Hem Ukrayna hem de İsrail'e yönelik yardımlar, ABD'nin sadece askeri destek sunan bir güç değil, aynı zamanda insan haklarını ve barışı destekleyen bir aktör olduğu algısını yaratmaktadır.

Bu, özellikle Ortadoğu’da ABD’nin dengeleyici rolünü pekiştirmekte ve hem İsrail hem de diğer bölgesel aktörler için güven sağlayan bir kahraman profil çizmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca, Japonya gibi başka güçlü ülkelerin de ABD’nin bu rolünü onaylaması, uluslararası arenada ABD’nin meşruiyetini güçlendiren bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Japonya’nın bu bağlamda ABD’ye desteği, sadece ikili ilişkilerin bir yansıması değil, aynı zamanda uluslararası güç dinamiklerinin bir göstergesidir. Japonya, ABD ile olan ilişkisini güçlendirirken, aynı zamanda Asya-Pasifik bölgesindeki güvenlik dinamiklerine de dikkat çekmektedir. Bu durum, Japonya’nın ABD’nin yanında durarak kendi ulusal çıkarlarını koruma çabası olarak da değerlendirilebilir. Japonya Başbakanı’nın, ABD’nin ihtiyaç duyulduğu mesajını vermesi, ABD’nin küresel alandaki gücünü pekiştirmektedir. Ancak bu tür bir destek, sadece samimi bir yardımseverlikten ziyade, ABD’nin uluslararası ilişkilerdeki hegemonik tutumunun bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu noktada, başlık, medyanın kamuoyunu yönlendirme işlevini üstlenmektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesindeki, “Seeking solace after Oct. 7 attack, many Israelis view Biden as their wartime leader” başlığı, ABD Başkanı Joe Biden’ın İsrail tarafından bir “savaş zamanı lideri” olarak algılandığını vurgulamaktadır. Bu başlık, ABD’nin küresel algı yönetiminde stratejik olarak nasıl pozisyon aldığını ve Biden’ın bu süreçte nasıl bir kahraman, arabulucu ve çözüm üreten lider olarak sunulduğunu göstermektedir. İsraililerin yaşadığı kriz sonrasında Biden’a bu şekilde bakmaları, ABD’nin Ortadoğu’daki imajını güçlendirme stratejisine önemli bir katkı sağlamaktadır.

Başlıktaki “view Biden as their wartime leader” ifadesi, Biden’ın bir lider olarak kriz döneminde ön plana çıktığını ve özellikle İsrail açısından güven veren bir figür olduğunu göstermektedir. ABD’nin, bir “savaş zamanı lideri” olarak algılanan bir başkan aracılığıyla uluslararası mecraya liderlik



yapması, Washington'u yalnızca askeri bir güç olarak değil, aynı zamanda kriz anlarında güvence sağlayan ve müttefiklerinin yanında duran bir kahraman olarak da konumlandırmaktadır. Bu da ABD'nin uluslararası kamuoyunda, özellikle Orta Doğu'da, güvenilir bir güç olarak algılanmasına katkıda bulunmaktadır.

“Seeking solace” ifadesi, İsraililerin Biden'a yönelik duygusal bir bağ geliştirdiğini ve kriz anında ABD'nin onlara yalnızca askeri değil, moral ve stratejik destek sunduğunu içermektedir. Bu, ABD'nin sadece güç kullanarak değil, aynı zamanda diplomatik ve insani çabalarla da çözüm üreten bir ülke olarak algılanmasını sağlamaktadır. İsraililerin Biden'ı bir lider olarak görmeleri, ABD'nin Orta Doğu'daki etkisini artırırken, bölgedeki çıkarlarını desteklemesi açısından da önemli bir fırsat yaratmaktadır. Bu sayede, ABD'nin Orta Doğu'daki politikalarını uygularken uluslararası kamuoyunun desteğini alması daha kolay hale gelmektedir. ABD'nin uluslararası alandaki etkisini ve liderlik rolünü pekiştiren haberler sunularak, Biden'ın ve dolayısıyla ABD'nin imajı desteklenmekte ve bu durumun olumlu bir kamu algısı oluşturmaya katkıda bulunmaktadır. Bu tür bir algı yönetimi, ABD'nin Orta Doğu'daki çıkarlarını koruma amacı yönelik belli bir algıyı inşa etmek üzerinedir.

Yüceltme/Basitleştirme tekniğine bakıldığında *Los Angeles Times* gazetesindeki “Battle looms over ancient Christian mosaic in Israel” başlığı hem tarihsel hem de kültürel öneme sahip bir konuyu ele almaktadır. Haberde yüceltme yapılarak algı yönetimi ve küresel haber medyası bağlamında incelemek için bir zemin sunmaktadır.

Başlığın ilk kısmında bahsedilen “ancient Christian mosaic” (antik Hristiyan mozaik) ifadesi, Hristiyanlığın köklü ve tarihi bir ögesini temsil etmektedir. Bu tür bir mozaik, sadece sanatsal bir değer olarak değil, aynı zamanda dini, kültürel ve tarihsel bir kimliğin sembolü olarak yüceltilmektedir. Medya,

bu tür tarihi eserlerin korunması ve yüceltilmesi konusunda kamuoyunu bilgilendirirken, aynı zamanda bu eserlerin önemini ve anlamını vurgulamaktadır. Böylece, belirli bir kültürel mirasın yüceltilmesi, sadece bir topluluğun kimliğini değil, aynı zamanda uluslararası kamuoyunda belirli bir algıyı da oluşturmaktadır.

Başlıkta bahsedilen “savaş” kavramı, yüceltme bağlamında daha karmaşık bir dinamigi ifade eder. Antik mozaik üzerinde yaşanabilecek herhangi bir çatışma, sadece yerel bir mesele değil, aynı zamanda uluslararası bir tartışma konusu haline gelebilmektedir. Bu tür bir durum, Hristiyanlık, Yahudilik ve diğer dini topluluklar arasındaki dinamiklerin yanı sıra, tarihi eserlerin korunması bağlamında daha geniş bir uluslararası tartışmayı tetiklemektedir. Hristiyan mozaiklerinin korunması konusunda yaşanacak bir çatışma, yalnızca kültürel bir mesele olmanın ötesine geçerek, siyasi ve dini tartışmaları da beraberinde getirecektir. Bu tür durumlarda, yüceltme, sadece bir kültürel mirasın değerinin artırılması değil, aynı zamanda belirli bir inanç grubunun veya topluluğun haklarının savunulması anlamında da öne çıkmaktadır.

Başlığı savaşın yüceltilmesi bağlamında incelemek hem kültürel mirasın korunmasına yönelik tartışmaların hem de savaşın iktidar ve sembolizm açısından nasıl yüceltildiğinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu başlık, savaşın yalnızca fiziksel bir çatışma değil, aynı zamanda ideolojik ve kültürel bir mücadele olduğu gerçeğini vurgulamaktadır. “ancient Christian mosaic” gibi kültürel miraslar, bir topluluğun kimliğini temsil etmekte ve bu nedenle korunmaları, belirli bir inanç grubunun veya kültürel kimliğin savunulmasıyla ilişkilendirilmektedir. “ancient Christian mosaic” üzerinde olası bir çatışma, sadece fiziksel bir varlığın değil, aynı zamanda Hristiyanlığın ve onun tarihsel ve kültürel mirasının da korunması, bir topluluğun kimliğini savunma çabası anlamına gelmektedir. Bu durum, savaşın yüceltilmesi bağlamında, ideolojik bir çatışma olarak da algılanabilir. Medya, bu

semboller üzerinden toplumsal bir bilinç oluşturabilir ve savaşın gerekliliğini veya meşruiyetini yüceltme çabalarını destekleyebilir.

Bu başlıktaki yüceltme aynı zamanda savaşın romantize edilmesiyle de ilişkilidir. Tarihsel ve kültürel mirasların korunması adına verilen mücadeleler, genellikle kahramanlık hikayeleriyle ilişkilendirilmektedir. “ancient Christian mosaic” üzerindeki mücadele, toplumsal bir bağ yaratarak, insanların bu mücadeleye dair duygusal bir bağ kurmasını sağlamaktadır. Medya, bu romantik anlatıları besleyerek, toplumsal hafızayı şekillendirme imkanına sahiptir.

*The New York Times* gazetesindeki “Schumer tells Netanyahu to get lost” başlığı önemli bir siyasi aktörün küçümsemesi ve bu küçümsemenin medya aracılığıyla kamuoyuna yansıtılması bağlamında değerlendirilebilir. Bu başlık, özellikle Chuck Schumer’ın ABD Senatosu’ndaki yüksek pozisyonuyla Netanyahu’nun İsrail Başbakanı olarak taşıdığı uluslararası ağırlığı göz önünde bulundurulduğunda, siyasi aktörler arasındaki güç dinamiklerini ve medya aracılığıyla algı yönetimini açığa çıkarmaktadır.

Başlık, Schumer’ın Netanyahu’ya yönelik kullandığı sert ve alaycı bir dili öne çıkararak, Netanyahu’nun uluslararası arenadaki konumunu küçümsemektedir. “Get lost” ifadesi, doğrudan bir tavır almayı ve Netanyahu’nun meşruiyetini sorgulamayı temsil etmektedir. Bu durum, Schumer’ın bir ABD Senatörü olarak Netanyahu’ya karşı olan tavrının yalnızca bir eleştiri değil, aynı zamanda onun liderliğini, otoritesini ve uluslararası düzeydeki itibarını da sorgulayan bir yaklaşım olduğunu göstermektedir. Bu tür bir başlık, Netanyahu’nun uluslararası ilişkilerdeki rolüne ve saygınlığına zarar verme potansiyeline sahiptir. Başlık, medya aracılığıyla bir siyasi figürün itibarının nasıl manipüle edilebileceğine dair önemli bir örnek sunmaktadır. Schumer’ın sözleri, medya tarafından alaycı bir dille aktarılırken, Netanyahu’nun daha

önceki başarısızlıkları veya yanlış politikaları da bu algıyı pekiştiren bir bağlamda değerlendirilebilir. Buna göre; medya, belirli bir aktörün itibarını zedelemek için bir araç haline gelebileceği görülmektedir.

Bu tür küçümseyici bir söylem, yalnızca Netanyahu'nun itibarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda ABD-İsrail ilişkilerinin de dinamiklerini sorgulatabilecektir. Schumer'ın bir Senato lideri olarak Netanyahu'ya bu şekilde hitap etmesi, ABD'nin İsrail'e olan desteğini sorgulayan bir hava yaratabilecekken, izleyicilerin aklında iki ülke arasındaki ilişkilerin geleceği hakkında soru işaretleri oluşturmaya sebep olabilecektir.

“Get lost” gibi bir ifade, okuyucuda Netanyahu'ya karşı olumsuz bir tutum oluşturacak iken Schumer'ı da güçlü bir lider figürü olarak pekiştirecektir. Bu tür bir algı yönetimi, kamuoyunun, belirli bir siyasi figür veya olay hakkında hissettiği duyguları manipüle etme gücünü göstermektedir. Sonuç olarak, “Schumer tells Netanyahu to get lost” başlığı, yalnızca bir eleştiri değil, aynı zamanda uluslararası ilişkilerdeki güç dinamiklerini sorgulayan bir söylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Küçümseme hem Schumer hem de Netanyahu'nun siyasi rollerini ve etkilerini sorgulatırken, aynı zamanda medyanın bu süreçteki rolünü de ortaya çıkarmaktadır.

*USA Today* gazetesindeki “UN hears an absurd accusation of genocide against Israel in Gaza” başlığı, Birleşmiş Milletler (BM) gibi büyük bir uluslararası örgütün ve ciddi bir suçlama olan “genocide” (soykırım) iddiasının “absurd accusation” ifadesiyle küçümsenmesi ve aynı zamanda İsrail'in bu bağlamda yüceltilmesi gibi çok yönlü bir algı operasyonunu temsil etmektedir.

Başlık, “absurd” (saçma) kelimesini kullanarak soykırım suçlamasını hafife almakta ve meseleyi basitleştirmektedir. Bir uluslararası kuruluşun ciddi bir şekilde tartıştığı bir konu olan

soykırım iddiası, bu tür bir nitelemeyle basit bir yanlış anlaşılma ya da anlamsız bir iddia gibi gösterilmektedir. Bu durum, okuyucunun meseleyi derinlemesine incelemeden, başlıktan yola çıkarak bu tür suçlamaların geçerliliğini sorgulamasını engelleyecektir. Böylece, karmaşık bir insani kriz, yüzeysel bir şekilde ele alınarak kamuoyunun dikkatinden kaçırılmaktadır.

Bu tür bir küçümseme, BM'nin itibarına zarar verebilir ve uluslararası hukukun temel unsurlarını zayıflatır. Ayrıca, soykırım gibi ciddi bir suçlama, tarihsel ve hukuki bağlamda derin bir anlama sahipken, bu tür bir nitelendirme, insan hakları ihlallerinin ciddiyetini hafife almaktır. Bu küçümseyici dil, BM'nin ve onun temsil ettiği değerlerin kamuoyu nezdinde zayıflatılmasına neden olabilecektir.

Başlık, “absurd” ifadesiyle İsrail’e yöneltilen soykırım suçlamasını anlamsız ve geçersiz olarak göstermekte ve dolaylı olarak İsrail’i yüceltmektedir. Bu, İsrail’in Gazze’deki eylemlerinin meşru olduğu mesajını içeren bir alt metin taşımaktadır. İsrail’in askeri operasyonları ve politikalarının bu tür ciddi suçlamalardan muaf tutulması, başlıkta kullanılan dil aracılığıyla desteklenmektedir. Bu tür bir yüceltme, İsrail’in uluslararası arenada daha güçlü bir pozisyonda kalmasını sağlarken, onu eleştiren veya suçlayan tarafların itibarsızlaştırılmasına neden olmaktadır. Bu tür bir algı yönetimi, İsrail’in pozisyonunu güçlendirmek ve soykırım gibi ciddi suçlamalara karşı savunmasını güçlendirmek için kullanılabilir.

Sonuç olarak, başlık hem Küçümseme hem de Yüceltme stratejilerini bir arada kullanarak, İsrail’i savunma ve BM’nin itibarını zayıflatma amacı taşımaktadır. Medyanın bu tür başlıklarla oluşturduğu algı yönetimi, siyasi aktörlerin itibarını şekillendirmekte ve uluslararası güç dengelerini etkilemektedir.

*The Wall Street Journal* gazetesindeki “ ‘The art of military innovation’ and ‘the genius of Israel’: Embattled,

resilient” başlığı, İsrail’in askeri kapasitesini ve dayanıklılığını vurgularken, hem Yüceltme hem de Basitleştirme stratejilerini kullanarak kamuoyunun algısını şekillendirmeyi amaçlamaktadır.

Başlıkta kullanılan ifadeler, özellikle “the art of military innovation” (askeri inovasyonun sanatı) ve “the genius of Israel” (İsrail’in dahiliği), doğrudan İsrail’in askeri kapasitesini ve zekâsını yüceltmektedir. Bu tür bir yüceltme, İsrail’i uluslararası arenada bir lider ve yenilikçi bir güç olarak göstermektedir. Askeri teknoloji ve strateji bağlamında “sanat” ve “dahilik” gibi kelimelerin kullanılması, İsrail’in bu alandaki üstün yeteneklerine vurgu yapmakta ve onun diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ne kadar ileri bir pozisyonda olduğunu göstermektedir. Bu, İsrail’in küresel imajını güçlendirirken, onun “zor durumda bile üstün ve dirençli” olduğu mesajını vermektedir. Bu hem İsrail’in askeri başarılarına hem de onun zor koşullara rağmen ayakta kalma yeteneğine dikkat çekerek, onu bir kahraman ve yenilikçi bir devlet olarak gösterir. Bu tür bir algı yönetimi, özellikle Batı dünyasında, İsrail’in askeri eylemlerini haklı çıkarmak ve onu desteklemek için kullanılır.

Başlık, İsrail’in askeri inovasyon ve zekâsına vurgu yaparken, içinde bulunduğu çatışmaların karmaşıklığını yüzeysel bir şekilde ele almaktadır. “Embattled, resilient” (mücadele eden, dirençli) ifadesi, İsrail’in iç ve dış politikadaki karmaşık sorunlarını ve bu çatışmaların insani ve politik boyutlarını basit iki sığara indirgemektedir. Böylelikle, okuyucunun İsrail’in askeri ve politik eylemlerinin arka planındaki derin sorunları görmesini zorlaştırmakta ve İsrail’in sadece bir “kurban” ya da “mücadele eden” bir taraf olduğu izlenimini güçlendirmektedir.

Başlık, İsrail’in askeri yenilikçiliğini ve zekâsını överken, karşısındaki düşmanları küçümsemektedir. İsrail’in askeri üstünlüğünü bu denli vurgulamak, dolaylı olarak, onun karşısındaki güçlerin askeri olarak yetersiz ya da başarısız

olduğu imajını yaratmaktadır. Bu durum, İsrail'in karşısındaki aktörlerin meşruiyetini ya da güçlerini küçümserken, onların askeri ve stratejik kapasitelerinin dikkate alınmadığını da göstermektedir. Dolayısıyla, bu küçümseme, İsrail'in rakiplerinin uluslararası alandaki itibarını zayıflatmayı hedefleyen bir algı küresel yönetimi strateji olarak okunabilir.

### **3.2.11. İmaj ve Anlam İnşası Teması'na Dair Genel Değerlendirme**

Küresel algı yönetiminde haber başlıklarının kullanımı, medya aracılığıyla belirli söylemlerin güçlendirilmesi ve toplumsal algıların yönlendirilmesi amacıyla etkin bir strateji sunmaktadır. Bu İmaj ve Anlam İnşası Teması'nda "Meşrulaştırma", "Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma", "Göreceli Mağduriyet", "Barışçıl Görünme" ve "Yüceltme-Basitleştirme" yöntemleri, medya organlarının haber dilini şekillendirirken algı yönetiminin de temel teknikleri olarak işlev görmektedir.

Haber başlıklarında Meşrulaştırma ve Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma yöntemleri siyasi, askeri ve ekonomik politikalar, şiddet veya çatışma eylemlerinin toplum gözünde kabul görmesini sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin, başlıklarda kullanılan ifadelerle, belli bir ülkenin güvenlik politikaları tehdit unsurlarıyla ilişkilendirilerek meşru müdafaa kurgusuyla sunulmaktadır. Bu durum, okuyucuların karmaşık sosyo-politik dinamikleri basit bir tehdit-algı modeline indirgeyerek olaylara tek boyutlu bakmalarına neden olmaktadır. Göreceli Mağduriyet ve Barışçıl Görünme yöntemleri ise taraflardan birinin mağduriyetini vurgulayıp diğer tarafın yaşadığı zorlukları gölgede bırakarak tarafsızlık algısını zedelemektedir. Özellikle Barışçıl Görünmeyle medya, uluslararası kamuoyunda bazı ülkelerin eylemlerini barış adına yapılmış hamleler olarak sunarak küresel toplum desteğini sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu haber başlıkları, medyada sıklıkla kullanılan “Meşrulaştırma”, “Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma”, “Göreceli Mağduriyet”, “Barışçıl Görünme” ve “Yüceltme-Basitleştirme” yöntemleriyle küresel ve bölgesel olayların yalnızca haberleştirilmesi amaçlanmamakta, aynı zamanda okuyucuların zihninde belirli bir dünya görüşü oluşturarak olaylara yönelik duygusal tepkileri ve siyasi yorumlarının yönlendirilmesi amacıyla bir küresel algı yönetimi aracı olarak kullanılmaktadır.

Meşrulaştırma ve Güvenlikleştirme/Tehdit Yaratma stratejileriyle haber başlıkları, bir ülkenin askeri veya siyasi eylemleri çoğunlukla bir güvenlik kaygısı çerçevesinde, dolayısıyla meşru bir müdafaa olarak sunulmaktadır. Bu sunum, okuyucuların karmaşık çatışmalara dair anlayışlarını sınırlandırmakta ve belirli eylemleri onaylamalarını kolaylaştırmaktadır. Örneğin, belirli bir devletin şiddet veya baskı içeren politikaları “terörle mücadele” veya “güvenlik” kaygıları etrafında meşrulaştırılmakta; bu ifadeler, okuyucularda bu tür eylemlerin doğal ve gerekli olduğu izlenimini uyandırmaktadır. Bu yaklaşım, çatışmanın asıl nedenlerini göz ardı eden, tek boyutlu bir algının gelişmesini teşvik etmektedir.

Göreceli Mağduriyet ve Barışçıl Görünme yöntemleri ise medya tarafından kullanıldığında, özellikle bazı grupların veya ülkelerin mağduriyetine vurgu yaparken, diğerlerinin acılarını göz ardı etme eğilimini yansıtmaktadır. Örneğin, belirli bir bölgedeki bir halkın yaşadığı acı göz ardı edilerek, karşıt tarafın güvenlik kaygıları ön plana çıkarılabilmektedir. Göreceli Mağduriyetle uluslararası arenada belirli tarafların siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkiler çerçevesinde sürekli mağdur olarak sunulmasına, dolayısıyla bu taraflara duyulan sempatinin güçlenmesine yol açmaktadır. Bu söylem, okuyucunun olayları eleştirel bir perspektiften değerlendirmesine engel olurken, çatışmalara dair çok boyutlu



bir değerlendirme yapılmasının önüne geçmekte ve taraflı bir kamusal algının oluşmasına neden olmaktadır.

Barışçıl Görünme tekniği, medyanın, küresel arenada belirli bir ülkenin olumlu imajını güçlendirme aracı olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda, örneğin ABD'nin Orta Doğu'daki arabulucu rolü sıklıkla vurgulanarak ABD'nin çıkarlarına yönelik eylemler bir "barış sağlama çabası" olarak yansıtılmaktadır. Bu tür başlıklarla, ABD'nin bölgedeki etkisi meşru ve yapıcı bir rol olarak gösterilmekte; böylece ABD'nin askeri ve siyasi müdahaleleri daha kabul edilebilir hale getirilmektedir. Ancak, bu dil kullanımı aynı zamanda çatışmanın gerçek sonuçlarını göz ardı ederek okuyucunun algısını manipüle etmektedir. Barışçıl Görünme yöntemi, eylemlerin insan hakları ve adalet açısından sorgulanmasını engellerken, devletlerin siyasi çıkarlarını örtme amacı gütmektedir.

Sonuç olarak; incelenen haber başlıkları, medyanın algı yönetimi gücünü kullanarak belirli yöntemler aracılığıyla kamuoyunun algısını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu stratejik yönlendirmeler, toplumsal algıda güçlü etkiler bırakmakta ve izleyicilerin karmaşık olayları basit bir çerçevede, taraflı bakış açısıyla görmesine yol açmaktadır. Bu durum, küresel algı yönetiminde haber başlıklarının manipülatif etkisini gözler önüne sermektedir. Bu stratejiler, okuyucunun belirli siyasi olayları ve çatışmaları basit ve taraflı bir bakış açısıyla görmesine neden olmaktadır. Medya haber başlıkları aracılığıyla olayların karmaşıklığını bastırarak okuyucuya sadece belirli bir anlatı sunmakta, toplumsal algının yönlendirilmesinde güçlü bir etken olarak işlev görmektedir.

## Sonuç ve Tartışma

Küresel medya ve algı yönetimi, günümüzün hızlı iletişim çağında, bireylerin, toplulukların ve ulusların kolektif bilinç ve davranışlarının şekillendirilmesinde kritik bir role sahiptir. Dijitalleşmenin ve medyanın sınır tanımayan etkisinin giderek arttığı bu dönemde, bilgi akışının kontrolü, algıların yönlendirilmesi ve kamuoyunun yapılandırılması, sadece yerel değil, küresel ölçekte stratejik bir güç haline gelmiştir. Bu bağlamda, küresel medya ve algı yönetimi arasındaki karmaşık dinamikleri anlamak, yalnızca medya alanında değil, siyaset bilimi, sosyoloji, psikoloji ve uluslararası ilişkiler gibi disiplinler için de derin bir analitik ihtiyaç oluşturmaktadır. Bu ihtiyacın karşılanması, yalnızca mevcut pratiklerin analizine değil, aynı zamanda gelecekteki medya ve iletişim trendlerinin öngörülmesine de olanak sağlayarak hem akademik dünyaya hem de politika yapıcılara değerli bir katkı sunmaktadır.

Küresel medya ve algı yönetimi üzerine yapılan bilimsel çalışmalar, medya içeriklerinin kültürel, ekonomik ve ideolojik etkilerini daha iyi kavrayarak, toplumların iletişim ekosistemini daha adil ve şeffaf bir yapıya kavuşturma çabalarına rehberlik etmektedir. Medyanın güç yapılarıyla ilişkilerini inceleyen akademik çalışmalar, bireylerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine, bilgiye erişim eşitliğini arturmalarına ve medyatik manipülasyonlara karşı daha dirençli olmalarına

katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, bu alanda yapılan her bir bilimsel analiz, sadece mevcut bilgi birikimini derinleştirmekle kalmayıp, küresel düzeyde daha bilinçli bir medya tüketimi ve iletişim stratejileri geliştirilmesine yönelik farkındalığı artırma misyonunu taşımaktadır.

Bu kapsamda ABD medyasına ait 1 Haziran 2023-1 Haziran 2024 tarihleri arasında geçen bir yıllık dönemde uluslararası mecrada en çok okunan ve uluslararası aboneliği en fazla olan ilk beş gazete Los Angeles Times, The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post ve USA Today, GOKAP kapsamında değerlendirilebileceği 8878 haber başlığı nitel ve nicel araştırma yöntemi ile analiz edilmiştir. Literatürden yola çıkarak hazırlanan küresel algı yönetimi ve manipülasyon stratejilerinin haber başlıklarında nasıl uygulandığı ortaya konmuş ve araştırmanın sorularına cevap aranmıştır.

Araştırmanın ilk sorusu GOKAP kapsamında haber başlıklarında algı yönetimi ve manipülasyon teknikleri varlığına yönelik cevap aramaktadır. Yapılan incelemeden literatürde tespit edilen algı yönetimi ve manipülasyon stratejilerinin gazete başlıklarında var olduğu ancak dağılıma bakıldığında tüm haber başlıklarında bulunmasa da bu gazetelerin yine de bu teknikleri bazı başlıklarda kullandıkları görülmektedir. Bu gazetelerin uluslararası güvenilirliği ve itibarı göz önüne alındığında haberlerin yalnızca bir kısmında bu stratejilerin kullanılması anlaşılabilir. Çünkü başlıkların tamamında bu yöntemlerin uygulanması gazetelere olan güveni sarsarak onu basit bir propaganda aracı haline getirebilmektedir. Bazı gazete başlıklarında manipülasyon tekniklerinin az uygulanması veya yalnızca seçili başlıklarda bariz şekilde yer alması, medya kuruluşlarının denge arayışını ve stratejik planlamalarını yansıtmaktadır. Medya organları, manipülatif teknikleri aşırı kullanarak okuyucuların güvenini kaybetme riskinin farkındadır. Aşırı manipülasyon, okuyucuların medyaya olan güvenini kaybetme riskini doğururken ve

uzun vadede hem itibar hem de ticari kazanç açısından zarar verebilecektir.

Bu çalışma kapsamında cevap aranan ikinci soru ise haber başlıklarında uygulanan algı yönetimi tekniklerinin gazetelere göre dağılımının nasıl olduğu yönündedir. Detaylarının araştırma kısmında açıklandığı gazetelerin teknikleri uygulama dağılımları farklılıklar gösterebilmektedir. Bazı gazetelerde haber sayısının diğerlerine göre az olmasına rağmen teknikleri daha fazla uyguladığı görülmektedir. Bunun nedenine bakıldığında uluslararası bir nitelikte olsa da asıl hedef kitlesinin ulusal kamuoyu oluşturmaya yönelik olduğu söylenebilmektedir. Ancak bu durum her ne kadar kendi ulusuna hitap eden bir gazete olsa dahi yabancı basın kuruluşları ve diğer devletlerin vatandaşları da bu haberlerden etkilenebilmektedir. Dolayısıyla küresel algıyı da yönlendirebilmektedir. Diğer taraftan Orta Doğu'yla ilgili en fazla haber sayısı olan gazeteye bakıldığında algı yönetimi ve manipülasyon tekniklerini uygulanmasını gerektirmeyecek konularla ilgili haberler yaptığı ve bu yüzden diğerlerine oranla daha az bu teknikleri uyguladığı söylenebilmektedir. Bu konular arasında spor haberleri, kültür sanat haberleri, uluslararası organizasyon gibi haberler yer almaktadır.

Gazete başlıkları incelendiğinde bir diğer soru olan bu tekniklerle neyin amaçlandığı sorusu araştırma kapsamında cevaplanabilmektedir. Ele alınan haber başlıklarında en çok ABD'nin küresel imajına dair algı yönetiminin gerçekleştirildiği görülmektedir. ABD'nin Orta Doğu politikasını olumlu bir şekilde yansıtmak için küresel medyayı kullanması, bölgedeki stratejik çıkarlarını koruma ve uluslararası kamuoyunun desteğini sağlama açısından kritik bir öneme sahiptir. Miller ve Kraidy, küresel medya stratejilerinin politik ekonomi ve kültürel emperyalizm bağlamındaki etkilerini ele alırken, ABD'nin medya aracılığıyla kendi değerlerini ve politikalarını yayarak jeopolitik hedeflerini desteklediğini vurgulamaktadır (Miller & Kraidy, 2020). Araştırmada ortaya çıkan bu sonuç

imajın ABD için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Orta Doğu'da, özellikle güvenlik ve enerji politikaları gibi hassas konularda, ABD'nin olumlu bir imaj yaratması, bölge ülkeleriyle iş birliğini kolaylaştırmakta ve hem yerel halk nezdinde hem de küresel anlamda politikalarının meşruiyetini artırmasına yardımcı olmaktadır. Diğer taraftan ikinci temel amacın ise kriz ve felaket yönetimiyle ilgili olduğu görülmektedir. Uluslararası arenada farklı zamanlarda ortaya çıkan kriz ve felaket durumları gazete başlıklarında ABD çıkarları doğrultusunda düzenlenebilmektedir. Bu durum bir taraftan hem ABD'ye geliştireceği politikalarla ilgili zaman kazandırmakta hem de küresel algıyı politikalar doğrultusunda yönlendirebilmektedir. Diğer bir amaca bakıldığında ise haberlerde bilgilerin sınırlı bir şekilde verilmesiyle çerçevelendiği görülmekte ki bu durum politikalarla ilgili olarak kitlelerden bazı bilgilerin seçici bir şekilde saklandığını göstermektedir. Ayrıca çeşitli dilsel manipülasyon teknikleriyle de haber başlıklarına müdahale edildiği bu sayede farklı bilgilere odaklanılması sağlandığı görülmektedir. Tüm bunlardan hareketle sırasıyla imaj yönetiminin gerçekleştirilmeye, kriz ve felaket durumlarının politikalar doğrultusunda kontrol edilmeye, bazı bilgilerin saklanmaya ve bazı bilgilerin de haber dili aracılığıyla çarpıtılarak aktarılmaya çalışıldığı söylenebilmektedir. Oluşturulmak istenilen algının başarılı olabilmesi için bu temalar altında farklı şekillerde kodlarla alt teknikler geliştirilmiştir. Bu teknikler başlıklarda kimi zaman tek kimi zaman ise birkaç tekniğin bir araya getirilmesiyle uygulanmıştır. Böylelikle birçok yöntemle hem okuyucunun algı yönetimi ve manipülasyon maruz kaldığı hissettirilmeyerek daha az dikkat çekici olmak amaçlanmıştır. Aynı zamanda okuyucuyu birçok şekilde etkilemeye çalışarak algısının istenildiği yönde oluşturulmasında başarıya ulaşabilme oranı artırılmıştır.

Küresel algı yönetiminde imaj ve itibar oldukça önemlidir. Olumlu imaj, ticaretin gelişmesinde, uluslararası

ittifakların kurulmasında, küresel sorunların çözülmesinde, diplomatik ilişkilerin kolaylaştırılmasında, caydırıcılığın artırılmasında önemli bir rol oynadığı gibi güvenilir itibar ise ülkenin uluslararası hedeflerine ulaşmasını ve iş birliği yapmasını kolaylaştırmakta, uluslararası örgütlere ve birliklere katılımını desteklemektedir (Aydoğdu, 2024, s. 274). Araştırma kapsamında imaj yönetiminin hangi teknikler ile gerçekleştirildiğine dair tespitlere bakıldığında ise ilk sırayı başlıklarda ABD'nin olumlu bir imaj yaratma çabasının karşılığı olan barışçıl görünmenin aldığı söylenebilir. ABD uluslararası mecrada gerek kendi ülke dışı müdahaleleri gerekse iki ülke arasındaki ilişkilere müdahalesinde bir arabulucu, kahraman, uzlaşmacı ve barış yanlısı olarak göstermekte, haklının ve mağdurun yanında yer aldığını vurgulamaktadır. Başlıklarda da ortaya çıkan sonuç bunu doğrulamakta, ABD'nin güvenilir bir itibar yaratarak uluslararası politikalarını yumuşatma ve desteklenme amaçlarını gerçekleştirmek için bu algı yönetimi tekniğini sıkça kullandığı ortaya çıkarılmıştır. Barışçıl Görünmenin ardından ABD haber başlıklarında sıklıkla Meşrulaştırma tekniğini kullanmıştır. Bu tekniğin oldukça sık kullanılması, öncelikle uluslararası politikalarını, askeri müdahalelerini ve siyasi adımlarını hem iç kamuoyunda hem de küresel düzeyde kabul edilebilir hale getirme çabasıyla ilişkilidir. ABD kendi eylemlerini veya desteklediği ülkelerin eylemlerini evrensel değerler, insan hakları veya güvenlik tehditlerine karşı bir gereklilik olarak sunarak, ahlaki ve siyasi bir dayanak kazandırmayı hedeflemektedir. ABD'nin küresel algı yönetiminde kullandığı Göreceli Mağduriyet ise diğer ülkelerle olan politik ilişkileri ve çıkarlarıyla yakından ilişkilidir. ABD'nin İsrail veya diğer Arap ülkeleriyle kurmuş olduğu ilişkiler, ortak geçmiş veya ekonomik/politik çıkarları, gazetelerin yapmış olduğu haberleri etkilemektedir. Bahsedilen unsurlara göre ABD tarafı bir mağduriyet yaratmaktadır. Örneğin, ABD'nin İsrail ile olan geçmişten günümüze gelen bağları, güçlü politik ve askeri iş birliği, haber başlıklarına da yansımıştır. İsrail'in güvenlik tehditleri

karşısındaki mağduriyetine vurgu yaparken, Filistin'deki insani krizleri İsrail'in mağduriyetine görece daha az ön plana çıkarmaktadır. Bu teknikle, ABD'nin kendi politikalarını ve müdahalelerini kamuoyuna daha kolay kabul ettirebilmek amacıyla çıkarları doğrultusunda belirli ülkeleri veya grupları haklılaştırırken, diğerlerinin mağduriyetlerini görünmez kıldığı tespit edilmiştir.

ABD, özellikle 11 Eylül sonrasında medyanın her alanında güvenlik tehditlerini vurgulamaktadır. Güvenikleştirme/ Tehdit Yaratma da bu nedenle başlıklarda kullanılan diğer bir algı yönetimi stratejisi olarak saptanmıştır. ABD, haberlerde bir düşman veya tehdit yaratarak ulusal/ uluslararası güvenikleştirmeyle kamuoyunu bir tehdit olduğuna dair algı yaratmasını amaçlamaktadır. Bu teknikle, ABD'nin söylemler aracılığıyla ortaya çıkardığı bu tehdite karşı bir tutum ve fikir yaratılmakta, daha sonrasında ise güvenikleştirilen konuya veya aktöre yönelik politikaları kabul edilebilir hale getirmektedir. Yüceltme/Basitleştirme stratejisi ise yine ABD'nin politik ve ekonomik çıkarlarına göre ortaya çıkmaktadır. ABD, iyi ilişkiler içerisinde olduğu ülkelerle ilgili haberleri yücelten bir söylemle verirken, diğer ülkeleri basitleştiren, yaşanan olayların bağlamını göz ardı ederek küçümseyen söylemlerle haberleştirmektedir. Bunun sebebi ise, belirli ülkelerin imajını güçlendirmek ve itibar kazandırmak iken, belirli ülkeleri ise görünmez, önemsiz ve sorunlu olarak göstermeyi amaçlamasıdır.

Çalışmada, Kriz ve Felaket Teması ise ABD'nin haber başlıklarında ikinci olarak kullandığı yöntem olarak saptanmıştır. Bu algı yönetimi tekniğinde başlıklarda en fazla kullanılan strateji olarak şiddet ve çatışma odaklı ifadelerin kullanılmasıdır. Bu teknikle amaçlanan bölgenin üzerinde olumsuz bir algı yaratmak ve bunu pekiştirmektedir. Bu ifadelerin sıklıkla kullanılması bilinç akışında bölgenin bu anlatıların yarattığı imajlarla düşünülmesidir. Okuyucunun algısında şiddet ve çatışmaya yönelik algı yaratılarak

bölge üzerindeki müdahalelerin kabul edilebilir olması amaçlanmıştır. Korku ve Güvensizlik yaratma stratejisi ise bölgeye dair olumsuz algı yaratılması ve ABD'nin bu korkuyu ve güvensizliği ortadan kaldıracak aktör olarak görülmesi amaçlanmıştır. ABD kullanmış olduğu diğer olumlu imaj teknikleri aracılığıyla yarattığı itibar, bu yöntemle birleşerek bölge üzerinde etki gücünü artırmaktadır. Kara Bölge Algısı stratejisiyle bölgenin, diğer ülkeler tarafından kriz bölgesi, çatışmanın ve istikrarsızlığın bölgesi olarak algılanması amaçlanmıştır. Bu şekilde sıklıkla yer verilen anlatılar, okuyucuların algısında bir felaket bölgesi görüntüsü yaratarak, bölgenin kurtarılması gereken bir yer olarak düşünülmesine neden olabilmektedir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika gibi geri kalmış veya gelişmekte olan ülkeler sıklıkla savaş, felaket, suç haberleriyle küresel haber akışında yerini almıştır (Yoloğlu, 2017, s. 14). Böylelikle küresel kamuoyunun algısında, bölgeye ABD müdahalesinin ve politikalarının gerekliliği yaratılması hedeflenmiştir. Kriz ve Felaket Teması altındaki bir diğer teknik ise Olumsuz İlişkilendirmedir. Proje bölgelerinde bulunan ülkeler ve aktörleri haberlerde sıklıkla geçmişteki veya yakın gelecekteki olumsuz olaylarla bağlantılı veya benzer gösterilerek vermiştir. Bu stratejiyle ABD, belirli ülkelerin veya grupların zayıflatmayı amaçlamıştır. Böylelikle sözü geçen ülkelere dair antipati yaratılması amaçlanarak olumsuz bir algıya yönlendirilmeye çalışılmıştır. Bu durum, aynı zamanda algısal bir süreklilikle hedef alınan ülkeleri uluslararası sistemde marjinalize etme ve yalnızlaştırma işlevi görmüştür.

Dilsel Manipülasyon Teknikleri ile yapılan algı yönetiminde ise amaç medyada kullanılan belirli dil stratejileri aracılığıyla, kamuoyunun olayları nasıl değerlendirdiği ve belirli bir yönde düşünmeye teşvik edilmesidir. Medyanın bu tür manipülatif dil kullanımı, olayları belirli bir siyasi veya ideolojik bağlama oturtarak okuyucunun algısını yönlendirmeyi sağlamıştır. Belirsiz Özne ve Pasif Dil Kullanımı, Euphemism, Dikotomi,



Odak Kaydırma ve Dramatize Etme gibi dilsel manipülasyon unsurları, küresel medyada olayları tarafsız bir dille sunmak yerine, okuyucuyu yüzeysel veya taraflı bir algıya yönlendirmesi amaçlanmıştır. Belirsiz Özne ve Pasif Dil kullanılarak, olayların veya aktörlerin olumsuz anlatılarla eşleşmemesi amaçlanmıştır. Gazetelerde en fazla kullanılan bu stratejiyle okuyucu, ABD'nin politik ilişkiler içerisinde olduğu ülkelerin özellikle şiddet, çatışma gibi olumsuz haberlerle bağ kurulmamasını amaçlamıştır. Böylelikle okuyucunun başlığı okuduğunda olayın failine değil, olaya odaklanması istenmiş, aktöre dair olumsuz bir algı yaratılmaması hedeflenmiştir. Dramatize Etme ise okuyucunun duygularına hitap edilerek bir olaya veya aktöre dair dramatik ifadelerin kullanılarak algının manipüle edilmesidir. Gazeteler bu teknikle, istenilen olay veya aktöre dair sempati oluşmasını sağlamayı amaçlamışlardır. Örtmece ve Odak Kaydırma teknikleri ise bu tema altında yaklaşık olarak aynı sıklıkta kullanılmışlardır. Bu stratejiler aracılığıyla çalışmada incelenen ABD gazeteleri haber başlıklarında sert veya rahatsız edici gerçekleri daha yumuşak, kabul edilebilir veya nötr ifadelerle dile okuyucuya aktarmış, olayların ciddiyetini hafifleterek, kamuoyunun tepkilerini yönlendirme ve belirli politik eylemleri meşrulaştırma işlevi görmüştür. Dikotomiyle bir konuyu iki zıt ve karşıt kutba ayırarak sunmuş karmaşık durumları basitleştirerek kamuoyunun belirli bir tarafı desteklemesini kolaylaştırması amaçlanmıştır. Özellikle politik veya ideolojik haber başlıklarında karşılaşılan Dikotomi, tercih edilen tarafı güçlendirmek ve diğer tarafın meşruiyetinde soru işareti oluşturularak okuyucunun algısının manipüle edilmesi hedeflenmiştir. Bu tekniklerle gazeteler, olayların karmaşıklığını basitleştirerek veya duygusal bir perspektif sunarak okuyucuların gerçekliği daha dar bir bakış açısıyla algılamalarına neden olabilmektedir. Bu Dilsel Manipülasyon yöntemleri, medyanın tarafsız görünme çabası altında olayların belirli bir bakış açısıyla okuyucuya aktarılmasını sağlamıştır.

Gazete başlıkları incelendiğinde bir diğer soru olan haberlerin aktarılma şekillerine dair belirli sınırlandırmalar ve yönlendirmeler de araştırmak kapsamında cevaplanabilmektedir. Weaver (2007a, s. 143)'ın da belirttiği gibi Çerçeveleme tekniğinde Seçici Vurgu stratejisi gazeteler tarafından sıkça kullanılmıştır. Bu teknikle, haber başlıklarında olaylara dair okuyucunun algısını şekillendirecek unsurlara vurgu yapıldığı saptanmıştır. Yine bu vurgular ABD'nin politik ve ekonomik ilişkilerine, habere konu olan olaydaki taraflılığına göre değişmiştir. Taraflı Seslendirme ise Seçici Vurguyu takip eden bir diğer stratejidir. Bu teknikle gazeteler, belirli aktörlerin seslerine daha çok yer vermiş, onların daha görünür olmasına sağlayarak okuyucunun algısında meşrulaşmasını ve tanınırlığını artırmayı hedeflemiştir. Bazı aktörleri ise tamamen sessiz bırakarak okuyucunun algısında yer almamasını veya önemsizleşmesini sağlayabilmektedir. Bu strateji, belirli aktörleri öne çıkarırken, diğerlerini görünmez kılarak kamuoyunun algısını tek taraflı bir çerçevede şekillendirme amacını taşımaktadır. Böylece bir tarafın güçlenmesi ve meşruluğu sağlanırken, karşıt tarafların ise etkisizleştirilmesi veya marjinalize edilmesi kolaylaştırılmıştır. Seçici Temsille gazeteler, okuyucuya olayların belirli aktörler tarafından temsil edildiğini gösteren başlıklar sunmuşlardır. Yine ABD'nin politikalarına uygun bir algının yaratılması için olaylara göre temsiller yer almıştır. Desteklenen aktörler olumlu ve haklı bir çerçevede temsil edilirken, karşıt aktörler olumsuz veya tehditkar bir şekilde temsil edilmiştir. Böylece, okuyucunun algısı yönlendirilerek olaylara belirli bir perspektiften bakması amaçlanmıştır. Asimetrik Bilgi Sunumu ise yine haber çerçevesi sırasında tespit edilen stratejilerdendir. Bu tekniğe göre, haber başlıklarında bir tarafla ilgili daha detaylı veya daha fazla bilgiye yer verilmiş, karşı tarafın ise daha az bilgi ve detayla temsil edildiğini göstermiştir. Asimetrik Bilgi Sunumu stratejisi kullanılırken haberin bağlamı, olumlu veya olumsuz olduğu, aktörlerinin kim olduğu dikkate alınmış, ABD'nin politikalarına göre kurgulanmıştır.

Bu çalışmada araştırma sırasında incelenen gazetelerde son bir yıl içerisinde Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgelerine dair haber sayılarının ve yoğunluğunda farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların gazetelerin niteliklerinden kaynaklandığı görülmüştür. Gazetelerden bazıları spor haberlerine ağırlık verirken kimi gazeteler ise yerel ve ulusal haberlere çok daha fazla yer vermiştir. Bu sebeple gazeteler aynı periyot ve filtrelerle taranmış olsa da haber sayılarında farklılıklar göstermiştir. Bunun yanı sıra algı yönetimi tekniklerinin kullanımının toplam haber sayısı ile doğrudan bir ilintisi olmadığı da saptanmıştır. Gazetenin okur kitlesi de bu teknikleri uygulayıp uygulamama konusunda gazeteyi etkileyebilmektedir. Gazetelerin bu teknikleri uygularken kendi uluslarını etkileme amacı da olduğunu söylemek mümkündür. Ancak bu gazetelerin uluslararası abonelik sayıları ve okunma oranlarına bakıldığında, algı yönetiminin yalnızca ulusal çapta kalmadığını göstermektedir. Bu durum, tüm uluslararası abonelerin de bu başlıklardan etkilenebileceğini hatırlatmaktadır.

Araştırmanın son sorusu olan haber medyasının, küresel politik projelerde tarafsız bir aktör mü tek taraflı bir araç mı olduğu da cevaplanmıştır. Uluslararası gazetelerin etkisi, yalnızca yayınladıkları içerikle sınırlı değildir. Bu gazeteler, diğer ülkelerdeki yerel medya organlarının haber üretiminde de belirleyici bir rol oynamıştır. Özellikle Reuters, AP ve AFP gibi haber ajanslarından alınan bilgiler, adı geçen gazetelerden alınan haberler dünyanın farklı noktalarındaki medya kuruluşları tarafından kaynak olarak kullanılmasıyla Amerikan-Batı perspektifinin küresel ölçekte yeniden üretilmesi sağlanmaktadır. Bu durum, özellikle Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerini ilgilendiren ancak etkileri küresel olan Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi'yle ABD'nin bölgeye dair politikalarının haklı ve gerekli olduğuna dair bir küresel algının inşasına katkıda bulunarak, bölgedeki varlığının sorgulanmasını en düşük düzeye indirgemesinde etkili olmuştur.

ABD'nin uluslararası gazeteler üzerindeki etkisi, yalnızca bilgi yayma sürecini değil, aynı zamanda algı inşasını da kapsayan kapsamlı bir stratejiye dayanmaktadır. Bu gazeteler, ABD'nin politik çıkarlarını yansıtan haber içerikleri, söylem stratejileri ve küresel medyadaki etkileriyle, uluslararası kamuoyunda güçlü bir yönlendirme aracı olarak işlev görmüş ve görmektedir. Özellikle Proje kapsamındaki çatışma ve kriz bölgelerinde, uluslararası gazeteler aracılığıyla oluşturulan temsiller, ABD'nin küresel müdahalelerine zemin hazırlayan bir kamuoyu mühendisliği sürecinin parçası haline gelmiştir. Bu durum, uluslararası medyanın modern dünya siyasetindeki etkisini anlamak için kritik bir örnektir.

Küresel iletişim gücüne sahip olmak, küresel algı yönetiminin hem önünü açmakta hem de küresel bir güç olmanın devamlılığını sağlamaktadır. Dünya üzerinde istenilen ideoloji ve egemenliğini meşrulaştırarak ve yeniden üreterek, küresel algı yönetimiyle birlikte küresel çapta bir hegemonyadan da bahsetmek mümkündür. Küresel bir güç olan ve küresel bir haber akışına sahip olan ABD, bu anlamda en önemli ülkeler arasında görülmektedir. Bu çalışmada da ortaya konulduğu gibi ABD; farklı kıtalarda hegemonya kurmak, çıkarları ve üstünlüğünü koruyabilmek/meşrulaştırmak için medyayı aktif bir şekilde kullanmıştır. Brzezinski, ABD'nin bu küresel başarısını şu şekilde özetlemektedir: “Hegemonya, insanlık tarihi kadar eskidir. Ama Amerika'nın var olan küresel üstünlüğü; ortaya çıkışının hızlılığı, dünya çapında faaliyet alanı ve uygulanış biçimiyle diğerlerinden farklıdır. Tek bir yüzyıl içerisinde Amerika kendini, Batı yarımkürede oldukça soyutlanmış bir ülkeden, dünya çapında örneği görülmemiş bir erişim ve kontrol gücüne sahip bir ülkeye dönüştürmüş ve aynı zamanda uluslararası dinamikle dönüştürülmüştür” (Brzezinski, 2017, s. 17).

Küresel algı yönetiminin medya aracılığıyla inşasıyla ilgili yapılabilecek yeni çalışmalara dair öneriler şu şekilde olabilir:

- Haber türlerine göre algı yönetimi tekniklerinin nasıl uygulandığı ve ne oranda farklılıklar gösterdiği başka bir araştırmanın konusu olabilir.
- En fazla algı yönetimi yapan gazetenin/gazetelerin farklı dönemlerde nasıl bir yol izlediği incelenebilir.
- Haber başlıklarının okuyucular üzerindeki etkisi ve algı yönetiminin başarısına dair bir inceleme yapılabilir.
- ABD'nin farklı coğrafyalarda ve ülkelerde uyguladığı politikalarda uyguladığı algı yönetimi tekniklerinin medya üzerinden değerlendirilmesi yeni çalışmalar için bir diğer öneri olarak sunulabilir.

## Kaynakça

- Akınır, N. (2012). 11 Eylül Saldırıları ve Amerikan Medyası: Yurtseverlik Akımının Öteki Kavramına Etkisi ve Medyanın Tarafgirliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(20), 133-142.
- Akınır, N. (2014). *Uluslararası Medya Emperyalizmi Küresel Düzenin Kaybedenleri Ötekilere, Eleştirel Teori Bağlamında Postkolonyal Bir Yaklaşım*. İstanbul: Hükümdar Yayınları.
- Akdemir, S. (2008). Uluslararası Enformasyon Akışı: Kavramsal Bir Çözümleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(9), s. 101-122.
- Alanka, D. (2024). Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Cerceve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), s. 62-82.
- Althusser, L. (2015). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (A. Tümertekin, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Aminch, M. P. (2007). Theoretical and Methodological Approaches to the Study of the Greater Middle East. M. P. Aminch içinde, *The Greater Middle East in Global Politics* (s. 1-40). Leiden, Boston: Brill.
- Arı, T. (2017). *Geçmişten Günümüze Orta Doğu*. Bursa: Alfa Akademi Basım Yayın Dağıtım.
- Arıkboğa, Ş. (t.y.). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Atabek, Ü., & Şendur Atabek, G. (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Atabek, N. (1995). Savaş ve Medya: ABD'nin Vietnam ve Körfez Savaşlarındaki Medya Politikaları. *Kurgu Dergisi*(13), 185-201.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu Dergisi*(19), 223-238.
- Atabek, N. (2012). Gündem Belirleme Yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi/ Istanbul University Faculty of Communication*, 0(7).
- Ateş, H. (2023). *Sinemanın Doğu ile İmtihanı: Belgesel Filmlerde Oryantalizm*. Gaziantep: Özgür Yayınları.
- Aydemir, E. (2018). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aziz, A. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bülbül, A. R. (2000). *Uluslararası İletişim*. Konya: Damla Ofset(baskı).
- Başbüyük, O. (2017). Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü. B. Karabulut içinde, *Algı Yönetimi* (s. 39-64). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Başaran, F. (2004). Enformasyon Toplumu Politikaları ve Gelişmekte Olan Ülkeler. *İletişim Araştırmaları*, 2(2), s. 7-31.
- Bakan, İ., & Kefe, İ. (2012). Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), s. 19-34.
- Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A Critical Review. *Annual Review of Information Science and Technology*, 43(1), 1-79.
- Bates, T. R. (1975). Gramsci and The Theory of Hegemony. *Journal of the History of Ideas*, 36(2), 351-366.
- Baudrillard, J. (2013). *Simulakrılar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baylis, J., Smith, S., & Owens, P. (2021). *Küreselleşen Dünya Siyaseti Uluslararası İlişkilere Giriş*. (H. B. Yalçın, H. Alptekin, V. Uzundağ, M. S. Akgönül, & E. Baltacı, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Bağcı, H. E. (2003, Mart). Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(28), 63-79.
- Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

- Belsey, A., & Chadwick, R. (2011). Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı. A. Belsey, & R. Chadwick içinde, *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* (N. Türkoğlu, Çev., s. 13-27). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bernard, C. (2003). *Civil Democratic Islam, Partners, Resources and Strategies*. RAND Cooperation.
- Bernays, E. L. (2015). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Open Road Integrated Media.
- Bostancı, M. (2020). *Uluslararası İletişim Uluslararası Politika*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bourse, M., & Yücel, H. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boydston, A. E. (2013). *Making the News: Politics the Media and Agenda Setting*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- Brzezinski, Z. (2017). *Büyük Satranç Tahtası*. (Y. Türedi, Çev.) Ankara: İnkılap Yayınları.
- Callamari, P., & Reveron, D. (2003). China's Use of Perception Management. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 16(1), 1-15.
- Chomsky, N. (2003). *Amerika Müdahaleciliği*. İstanbul: Toplum Yayınları.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E., & Bayraktaroğlu, S. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı*. İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy Before Gullion. P. M. Nancy Snow içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 19-23). New York ve London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(2), 239-265.
- Damlapınar, Z. (2014). Medyanın Gündem Kurması ve Medya Manipülasyonu. *Selçuk İletişim*, 1(4), 44-56.
- Dağcı, G. T., & Zorba, H. (2016). ABD'nin Askeri ve İnsani Müdahale Siyasetini Etkileyen Dinamikler: Bosna-Hersek



- ve Kosova Örneği. *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 4(1), 46-69.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1992). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. Thousand Oak, CA: SAGE Publication.
- Değer, M.E (1994). *Emperyalizmin Tuzaklarındaki Ülke ya da Oltadaki Balık Türkiye*. İstanbul: Çınar Araştırma Yayınları.
- Deniz, Ş. (2012). Ortadoğu'nun Yeniden İnşasının Yapı Bozumu: Büyük Ortadoğu Projesi Üzerine Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(20), 168-183.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. (2001). Eylül 2021 tarihinde [www.cia.gov: https://www.cia.gov/library/abbottabad-compound/B9/B9875E9C2553D81D1D6E0523563F8D72\\_DoD\\_Dictionary\\_of\\_Military\\_Terms.pdf](http://www.cia.gov/library/abbottabad-compound/B9/B9875E9C2553D81D1D6E0523563F8D72_DoD_Dictionary_of_Military_Terms.pdf) adresinden alındı
- Dinçkol, B. (2006). Yönetilenlerin "Öz"Yönetimi-Kamuoyu. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 49-66.
- Dor, D. (2003). On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers. *Journal of Pragmatics*(35), 695-721.
- Duff, A. S. (2005). Social Engineering in the Information Age. *The Information Society*, 21, 67-71.
- Enserov, V. (2019). Uluslararası Enformasyon Akışında Dengesizliğe Sebep Olan Etkenler. *İNİF E-Dergi*, 4(2), s. 59-91.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), s. 51-58.
- Erdoğan, İ. (2014). *Medya Teori ve Araştırmaları*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2014a). Haber Çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji. *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 35-52.
- Ergen, E. (2024). Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Kamu Yayın Kuruluşlarının İsrail-Filistin Çatışmasına Yaklaşımlarının İncelenmesi: G7 Ülkeleri, Rusya ve Türkiye Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(67), 75-95.
- Erkış, İ. U., & Summak, M. E. (2014). Propaganda ve Dış Politika. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 14(1-2), 293-310.

- Forbes. (2021). *Global 2000*. Eylül 2021 tarihinde Forbes: <https://www.forbes.com/lists/global2000/#3cb0620d5ac0> adresinden alındı
- Fuchs, C. (2010). New Imperialism: Information and Media Imperialism? *Global Media and Communication*, 6(1), 33-60.
- Fuller, G. (1993). *Siyasal İslamın Geleceği*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Gönenç, Ö. (2018). *Medyada Algı Yönetimi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gülmez, S. B. (2022). İnşacılık: Akgezenlerin Sosyal İnşası. D. B. Seçkin Barış Gülmez içinde, *Uluslararası İlişkilere Giriş* (s. 83-92). Ankara: Orion Kitabevi.
- Güngör, N. (2017). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Galtung, J. (2004a). Emperyalizmin Yapısal Teorisi- Kısım I. *Uluslararası İlişkiler*, 1(2), s. 25-46.
- Galtung, J. (2004b). Emperyalizmin Yapısal Teorisi -Kısım 2. *Uluslararası İlişkiler*, 1(3), 37-66.
- Gieber, W. (1956). Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors. *Journalism Quarterly*, 33(4), 423-432.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Goffman, E. (1982). *A Reply to Denzin and Keller* (Cilt 1). Contemporary.
- Habermas, J. (2015). *Kamusalılığın Yapısal Dönüşümü*. (T. Bora, & M. Sancar, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hamelink, C. (1991). Merkez ve Çevre Ülkeler Arasındaki Enformasyon Dengesizliği. Y. Kaplan içinde, *Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuramı ve Uygulamalarının Eleştirisi*. İstanbul: Rey Yayınları.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. (E. Abadoğlu, Çev.) İstanbul: bgst Yayınları.
- <https://www.globalsecurity.org/>. (2021). Eylül 2, 2021 tarihinde GlobalSecurity.org: [https://www.globalsecurity.org/military/library/report/call/call\\_3-88\\_concept.htm](https://www.globalsecurity.org/military/library/report/call/call_3-88_concept.htm) adresinden alındı
- Huntington, S. P. (2019). *Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması*. (M. Turhan, & Y. C. Soydemir, Çev.) İstanbul: Okuyan Us.

- Huyghe, F. B. (2011). *Cyberwar and Its Borders*. D. Ventre içinde, *Cyberwar and Information Warfare* (s. 1-30). London-Hoboken: Wiley-ISTE.
- Ün, H. (2016). Gündem Belirleme Yaklaşımının Sinemada Yansıması: Çılgın Şehir Filmi Üzerine Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*(11), 5-34.
- İnceoğlu, Y. (2015). *Uluslararası Medya “ Medya Eleştirileri”* . İstanbul: Der Yayınları.
- İrvan, S. (2001). Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi. *İletişim*, 1(9), 69-108.
- Jin, D. Y. (2008). Neoliberal Restructing of the Global Communication System: Mergers and Acquisitions. *Media, Culture & Society*, 30(3), s. 357-373.
- Johansson, R. L., & Xiong, N. (2003). Perception Management: an Emerging Concept for Information Fusion. *Information Fusion*, 4(3), s. 231-234.
- Küçük Durur, E. (2011). İnşacı Yaklaşım İçinde Çerçeveleme Kuramı ve Haberin Çerçevesi. *Atatürk İletişim Dergisi*(2), 21-32.
- Küçük, M. (2019). Uluslararası İlişkilerde Eleştirel Teori. R. Gözen içinde, *Uluslararası İlişkiler Teorileri* (s. 361-413). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kılıç, S. (2020). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği. *Selçuk İletişim*, 13(1), 91-129.
- Kılıçaslan, E. (2020). Siyasal İletişim ve Algı Yönetimi İlişkisi Bağlamında İran ve Amerika Krizi (amerikaninsesi.com ve sputniknews.com Haber Sitelerinin Kasım Süleymani'nin Öldürülmesi ile İlgili Haberin Verilişinin Eleştirel Söylem Analizi). *Turkish Studies-Social Sciences*, 15(4), 1997-2008.
- Kıncal, R. Y. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kapani, M. (1989). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karabulut, B. (2017). Algı Yönetimi ve Güvenliğin Siyasal Bir Araç Haline Dönüştürülmesi: Güvenikleştirme Teorisi. B. Karabulut içinde, *Algı Yönetimi* (s. 117-135). İstanbul.
- Kepsutlu, B. (2016). *Amerika'nın Ortadoğu Politikası*. İstanbul: Inkılâp Kitabevi.

- Kiernan, V. G. (1978). *America: The New Imperialism: From White Settlement to World Hegemony*. London: Zed Press.
- King, S. B. (2004). PSYOP and Persuasion: Applying Social Psychology and Becoming an Informed Citizen. *Teaching of Psychology*, 31(1), 27-30.
- Kongar, E. (2006). Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi Neyi Amaçlıyor, Neyi Gerçekleşirebilir? *Genişletilmiş Ortadoğu ve Kuzey Afrika Projesi Sempozyumu*. İstanbul: İstanbul Kültür Sanat Vakfı.
- Korkmaz, G. (2016). ABD'nin Afganistan ve Irak Müdahaleleri Sırasında Türkiye'nin Tutumunun ABD Medyasında Ele Alınışı. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(2), 25-52.
- Kruger, D. H. (1955). Hobson, Lenin and Schumpeter on Imperialism. *Journal of the History of Ideas*, 16(2), 252-259.
- Lau, R. R., Smith, R. A., & Fiske, S. T. (1991). Political Beliefs, Policy Interpretations and Political Persuasion. *The Journal of Politics*, 53(3), s. 644-675.
- Lenin, V. (2009). *Emperyalizm: Kapitalizmin En Yüksek Aşaması*. (C. Süreya, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Lewin, K. (2014). Psychological Ecology. W. M. Jen Jack Gieseking içinde, *The People, Places, and Space Reader* (s. 17-21). New York and London: Routledge .
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company.
- Lippmann, W. (1998). *Public Opinion*. New Brunswick (USA), London (UK): Transaction Publishers.
- MacBride, S. (1980). *Many Voices, One World*. UNESCO.
- Machiavelli. (2008). *Prens*. (N. Güvenç, Çev.) İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Magdoff, H. (2006). *Sömürgecilikten Günümüze Emperyalizm*. (E. Usta, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- McCombs, M. (1997). Building Consensus: The News Media's Agenda Setting Roles. *Political Communication*, 14(4), s. 433-443.

- McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-Setting: Post, Present and Future. *Journalism Studies*, 6(4), s. 543-557.
- McPhaul, T. L. (1987). *Electronic Colonialism*. California: SAGE.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage.
- Mill, J. S. (2019). *Özgürlük Üzerine*. (B. Tartıcı, Çev.) İstanbul: Kutu Yayınları.
- Mowlana, H. (1985). *International Flow of Information: A Global Report and Analysis*. UNESCO.
- Mowlana, H. (1997). *Global Information and World Communication*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Narula, S. (2004). Psychological Operations (PSYOPs): A Conceptual Overview. *Strategic Analysis*, 28(1), 177-192.
- NATO. (2007). *Allied Joint Doctrine for Psychological Operations*. 2021 tarihinde <https://info.publicintelligence.net/NATO-PSYOPS.pdf> adresinden alındı
- New York Times*. (2018). 2023 tarihinde New York Times: <https://www.nytc.com/press/new-york-times-journalism-is-read-in-every-country-on-earth/> adresinden alındı
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- Nye, J. (2004). *Soft Power The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affair.
- Öniür, N. (2002). *Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Özçağlayan, M., & Apak, D. (2017). Soğuk Savaş Yıllarında Algı Yönetimi, Haber ve Propaganda. *Marmara İletişim Dergisi*(28), 107-130.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özdağ, Ü. (2018). *Algı Yönetimi*. Ankara: Kripto Kitaplar.
- Özer, M. A. (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları*(33), s. 147-180.
- Özerkan, Ş., & İnceoğlu, Y. (1997). *İletişimde Etkileme Süreci*. İstanbul: Metinler Matbaacılık.

- Pınar, L. (2017). Amerika Birleşik Devletleri'nin Yumuşak Gücü ve Hollywood. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 253-274.
- Paçacı, İ. (2013). *Küreselleşme Sürecinde Yönetim ve Medyanın Dönüşümü*. İstanbul: Akademi Titez Yayınları.
- Paçacı, İ. (2019). *Küresel İletişim Medya ve Gözetimin Politikası*. İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Peköz, M. (2007). *Küresel Güçlerin Ortadoğu Stratejisi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Platon. (2017). *Devlet*. (S. Eyüboğlu, & M. A. Cimcoz, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Reuters. (2024). 2024 tarihinde Reuters: <https://www.reutersagency.com/en/about/about-us/> adresinden alındı
- Robinson, M. B. (2014). *Media Coverage of Crime and Criminal Justice*. Durham, NC: Carolina Academic Press.
- Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988). Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? *Annals of the International Association*, 11(1), 555-594.
- Rousseau, J. J. (2016). *Toplumsal Sözleşme*. (C. Karakaya, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Said, E. (2016). *Kültür ve Emperyalizm*. (N. Alpay, Çev.) İstanbul: Hil Yayın.
- Said, E. (2017). *Medyada İslam Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor?* İstanbul: Metis Yayınları.
- Sandıklı, A. (2006). Küresel Gelişmeler, Büyük Ortadoğu Projesi ve Türkiye'ye Yansımaları. A. Sandıklı, & K. Dağcı içinde, *Büyük Ortadoğu Projesi: Yeni Oluşumlar ve Değişen Dengeler*. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Sander, O. (2007). *Siyasi Tarih 1918-1994*. İstanbul: İmge Yayınevi.
- Saydam, A. (2012). *İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing As a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. Sharpe.
- Schramm, W. (1949). *Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

- Serdaroğlu, R. (2004). *Yeni Dünya Düzeni Büyük Ortadoğu ve Türkiye*. Ankara: Eda Matbaası.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2008). Media Gatekeeping. M. B. (Ed.) Don W. Stacks içinde, *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (s. 75-90). New York: Routledge.
- Siegel, P. C. (2005). Perception Management: IO's Stepchild. *Low Intensity Conflict and Law Enforcement*, 13(2), 117-134.
- similarweb. (2024). 2024 tarihinde similarweb: <https://www.similarweb.com/tr/website/theguardian.com/#traffic> adresinden alındı
- Smith, A. (1980). *The Geopolitics of Information: How Western Culture Dominates the World*. New York: Oxford University Press.
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. P. M. Nancy Snow içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 3-11). New York ve London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Speier, H. (1950). Historical Development of Public Opinion. *The American Journal on Sociology*, 55(4), 376-388.
- Stupak, R. J. (2000). Perception Management: An Active Strategy for Marketing and Delivering Academic Excellence, Business Sophistication, and Communication Successes. *Public Administration and Management*, 5(4), s. 250-260.
- Şahin, A. (2004). *Büyük Ortadoğu Projesi ve Türkiye*. İstanbul: Truva Yayınları.
- Şimşek, S. (2003). Emperyalizmin Küreselleşme Boyutunda Modernleşme Sürecine Etkileri ve Kitle İletişim Araçlarının Emperyalist Düşünceler ve İmajlarının Yayılış Sürecindeki Fonksiyonları. *Selçuk İletişim*, 2(4), 76-83.
- Türk, M. S. (2014). Algı Yönetimi ve İletişim: Algının Ötesinde Bir Gerçeklik Var mı? B. Karabulut içinde, *Algı Yönetimi* (s. 13-37). İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Türk, M. S. (2014). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 5(28), 9-32.
- Türkdoğan, O., & Gökçe, O. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Taşdemir, E. (2014). Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Doğrultusunda Siyasi Partilere Yaklaşımı (1995 ve 1999 Genel Seçimleri Örneği. *Selçuk İletişim*, 2(3), 79-95.

- Taylor, P. M. (2002). Perception Management and the 'War' Against Terrorism. *Journal of Information Warfare*, 1(3), 16-29.
- Taylor, P. M. (2009). Public Diplomacy and Strategic Communications. P. M. Nancy Snow içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 12-16). New York ve London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Tewksbury, D. H., & Scheufele, D. A. (2019). News Framing Theory and Research. M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant içinde, *Media Effects: Advances in Theory and research* (s. 51-68). Routledge.
- The White House*. (2001, Eylül). georgewbush-whitehouse.archives.gov: <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2001/09/20010920-8.html> adresinden alındı
- Tocqueville, A. d. (2018). *Amerika'da Demokrasi Cilt I*. (Ö. Doğan, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Tunç, A., & Atılgan, A. (2017). Algı Üzerine Kurulu Yönetel Bir Anlayış: Algı'nın Yönetimi. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 3(3), s. 228-238.
- Turan, K. (2017). Toplum Mühendisliği, Siyaset Mühendisliği ve Algı Yönetimi. B. Karabulut içinde, *Algı Yönetimi* (s. 97-116). İstanbul: Alfa Basın Yayın.
- Tzu, S. (2021). *Savaş Sanatı*. (E. Kurtuldu, Çev.) İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Utma, S. (2018, Aralık). Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 2903-2013.
- van Dijk, T., & Kintsch, W. (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. Academic Press.
- Weaver, D. (1984). Media Agenda-Setting and Public Opinion: Is There a Link? *Annals of the International Communication Association*, 8(1), 680-691.
- Weaver, D. (2007a). Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming. *Journal of Communication*, 47, s. 142-147.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming. *Journal of Communication*, 47, s. 142-147.



- Wendt, A. (2012). *Uluslararası Siyasetin Sosyal Teorisi*. (S. G. Ihlamur Öner, & H. Sarı Ertem, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390.
- Winseck, D., & Pike, R. M. (2007). *Communication and Empire*. Durham: Duke University Press.
- Yüksel, E. (2007). “Kamuoyu Oluşturma” ve Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 571-586.
- Yılmaz, S. (2017). Psikolojik Savaş Anlayışı ve İstihbarat Savaşları. B. Karabulut içinde, *Algı Yönetimi* (s. 65-95). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, L. (2018). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme Sorunu. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(48), 405-418.
- Yeşiltaş, M. (2004). ABD’nin Uluslararası Terörizme Yaklaşımı. K. İ. (Ed.) içinde, *ABD’nin Haydut Devletleri*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2(1), 815.
- Yurdigül, Y. (2011). Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber ve Gerçeklik İlişkisi. *Atatürk İletişim Dergisi*(1), 13-24.
- Zeyrek, D. (1992). Gazete Haber Başlıklarını İnceleme Denemesi. *Dilbilim Araştırmaları*(3), 59-96.

# KÜRESEL ALGI YÖNETİMİ

ULUSLARARASI MEDYADA ORTADOĞU VE KUZEY AFRIKA

Günümüz dünyasında, haberlerin nasıl sunulduğu en az içeriğin kendisi kadar belirleyicidir. Başlıklar, kelimeler ve çerçeveler; olayların nasıl algılandığını, hangi gerçeklerin öne çıkarıldığını ve hangilerinin arka plana atılacağını sessizce şekillendirir. Bu nedenle medya metinlerini anlamak, yalnızca bir haber okuma pratiği değil, aynı zamanda çağımızın bilgi düzenini çözme çabasıdır.

Bu kitap, haber başlıkları üzerinden yapılan algı yönetimi ve manipülasyon tekniklerine ilişkin geniş literatürü bütüncül bir yapı içinde bir araya getirerek, uluslararası medyada kullanılan yöntemleri sistematik bir bakışla inceler. Çalışmanın özgün katkısı, teorik tartışmaları sahadaki pratik medya örnekleriyle birleştirerek, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya yönelik küresel haber söylemlerinin nasıl üretildiğini çok boyutlu bir çerçevede ele almasıdır.

ABD merkezli gazetelerde bölgeye dair haber başlıklarının içerik analizi yöntemiyle incelendiği bu çalışma; kriz söylemleri, güvenlik temaları, çerçeveleme stratejileri, dilsel manipülasyon biçimleri ve imaj inşası gibi algı yönetiminin temel boyutlarını somut verilerle ortaya koyar. Böylece medya dilinin, uluslararası politikaların meşrulaştırılmasında ve kamuoyunun yönlendirilmesinde nasıl bir işlev gördüğünü görünür kılar.

BURÇAK KADIOĞLU