



**Bayram YILMAZ**  
Konyaaltı kaymakamı

# Yeni Dünya Düzeninde Medya Kitle Psikolojisi ve Algı Yönetimi

## Yeni Dünya Düzeni

Yeni dünya düzeni, doğal kaynakların bölüşümünü esas alan, güçlü-nün hakimiyetini ve menfaatini önceleyen, siyasi ve ideolojik boyutu da olan, uluslar ve inançlarüstü bir düzeni ifade etmektedir. Soğuk savaş sonrası uluslararası sermaye tarafından geliştirilen ve ABD merkezli olan yeni stratejinin nirengi noktası, gelecekte bu merkeze rakip olabilecek tüm güçleri önceden tasfiye edebilmek için gereken önlemleri almak üzerine kurgulanmıştır. Bush doktrini de denen doktrinin ana varsayımı da budur.

21.Yüzyılın ABD yüzyılı olması için hazırlanan 'Yeni Amerikan Yüzyılı Projesi'(PNAC), jeopolitik analizci Harold Mackinder'in dünya hâkimi-

yeti için öngördüğü Merkez Bölgenin (Genişletilmiş Ortadoğu, Büyük Orta Doğu) kontrolünü hedefler. Bol enerji kaynaklarının ve ona ulaşım yollarının bulunduğu Geniş Ortadoğu Bölgesine hâkim olmakla ABD, rakiplerinin nefes boruları üzerine, kontrolü kendisinde olan birer vana yerleştirmek istemektedir. Afganistan ve Irak işgalleri ile ulaşmak istediği sonuç buydu (Can, 2009:4). Esasen yeni duruma, yeni sömürgecilik anlayışı, yeni sömürgelemler arama yolu da demek mümkündür.

Küresel sermayenin komploterilerine ve gizli savaş projelerine verdiği destek konusunda Keith (2005:46,49), Rockefeller Kurumunun, 1930'lardan itibaren kamuoyunu biçimlendirmek için "gizli psi-

kolojik savaş projeleri" hazırlattığı örneğini vermekte; 1997 yılında da tamamıyla CIA tarafından desteklenen ya da üretilen binden fazla kitabın Amerikalı yayıncılar tarafından basıldığını belirtmektedir. Türkiye'de aynı yıllarda çok okunan "Metal Fırtına" kitabının da bu kapsamda yayınlanmış olması mümkündür.

Ötekini önemsemeyen, bencil, acımasız, şantajcı, menfate dayalı bir tutum ve davranış sergileyen yeni dünya düzeni, amaç için başta kitle iletişim araçları olmak üzere, bütün yol, yöntem ve kanalları kullanmaktadır. Yeni düzenin hedef kitlesi esasen daha geniştir. Kendi dışındaki her ülke, her millet, her inanç grubu, her kesim hedeftir ve kontrol edilmelidir; bu amaç için her yol mübahtır.



Sermaye merkezli olan sistemin milliyeti, dini, inancı da yoktur. Nitekim, 2011 yılında bütün dünyayı kasıp kavuran, İngiliz Telegraph gazetesinin yayımladığı Wikileaks belgeleri, ABD Büyükelçiliklerinin ülkelerden derlediği belgelerdi ve adı geçen ülkelere "patron benim" mesajı veren bir şantaj örneğiydi. Wikileaks belgelerinin hiç biri ABD çıkarlarını zedeleyici değildir. Aynı şekilde İngiliz Guardian gazetesinin 01 Temmuz 2013 tarihli nüshasında, ABD'nin Almanya, Fransa, İtalya, Yunanistan dâhil birçok Avrupa ülkesiyle birlikte 38 ülkenin ABD'deki büyükelçilik ve misyonlarını gizlice dinlediği haberi yer almıştır.

### Kompo Teorileri

Ulusal ve uluslararası düzeyde yaşanan olumsuz ekonomik, siyasi ve güvenlikle ilgili olaylar, kamplaşmalar ve ayaklanmalar çoğunlukla kompo teorileri ile izah edilir. Olay-

ların nedenleri, tarafları ve sonuçları irdelendiğinde çoğunun hiç de tesadüf olmadığı, yönlendirmelerin olduğu, kompo teorilerinin gerçek olduğu görülmektedir. Dünyada bunun çok bariz örnekleri vardır. 1991 ve devam eden yıllarda Irak'a, 2001 yılında Afganistan'a yapılan müdahale; uluslararası medyanın Arap Baharı diye adlandırdığı, 2010 yılının sonlarından itibaren Kuzey Afrika Arap ülkelerinde yaşananlar hafızalarda taze olan olaylardır.

Önce ekonomik yönden kendilerine fayda sağlayacak kaynaklara sahip hedef ülke veya ülkeler seçilir; o ülkede keşifler yapılır; ileride kullanılmak üzere ülkenin güçlü ve zayıf yanları, hassasiyetleri tespit edilir. Hedef ülkede itibat kurulan yerli ortaklar aracılığı ile küçük yatırımlar yapılarak piyasaya girilir. Sonra şartlı yardım şeklinde ülkeye borç verilir. Borç alınan şartlı yardımlarla borç

veren ülkenin tekelinde olan alanlara yatırım yapılır. Bu yatırımlara giden paranın çoğu zaten geriye döner, çok azı yerli ortak nezdinde ülke insanına yansır. Borç ödeme zamanı gelince karşılığında ucuz hammadde alınır. Taksit ödemeleri için de borç verilir. Sonra uluslararası alanda kendi kararlarının desteklenmesini isterler. Bu arada sürekli mali denetimler yapılır, ülkenin işleriyle ilgili hassas konularda da tavsiyelerde bulunulur. Bir süre sonra borçlu ülkede askeri üs kurmak isterler. Bu noktadan sonra sorunlar yaşanmaya, ülke yönetiminden itirazlar gelmeye başlarsa hükümetleri azarlarlar, tehdit ederler. Sonuç alamazlarsa çeşitli yollarla, özellikle medya yoluyla yıpratmaya, itibarsızlaştırmaya çalışırlar. Yine olmazsa ülkenin hassasiyetleri kaşınır; gruplar sokağa dökülür; hükümet yıpratılır. Zaten zayıf olan ekonomik dengeler alt üst edilir, grevler baş-



lar; hassas meydan ve binalar işgal edilir, hizmet aksar, alt yapı tahrip edilir, güvenlik kuvvetleri ile gruplar karşıkarşıya getirilir; adeta iç savaş başlar. Bu ortamda en tehlikeli ve yıkıcı olan yapı ortaya çıkar: halkın psikolojisi bozulur, geleceğe ilişkin ümitleri, ülkenin hukuksal kurumlarına olan güveni azalır ve özgüveni yok olur. Bu aşamada hükümet iradesiz, ülkenin kurumsal ve sosyal yapısı da zayıf ise kaos başlar, ülke karışır, darbe olur veya hükümet istifa eder, bazen de itiraz eden bir suikasta kurban gider, yerine istenilen herşeyi yapmaya hazır yeni bir ekip gelir ve birilerinin amacı gerçekleşmiş olur. Bu arada kısıktıcı merkezin hep bir B Planı vardır ve sürecin tıkandığı her yerde sürekli devrededir.

Irak'ın ve Afganistan'ın işgali en uç örnekler olarak akla gelmekle birlikte, son dönemde Türkiye, Brezilya, Portekiz gibi ülkelerde yaşananların da benzer sürecin değişik bir örneği olduğu kabul edilmektedir. Mısır'da, Mursi liderliğindeki sivil yönetime kabul ettirilemediği anlaşılan "İMF ve Dünya Bankasından borç verme" konusunun, 2013 yılı Temmuz ayında darbe ile iktidarı ele geçiren yeni grubun kabul edeceği beklenilmelidir.

Bir ülkenin kurumsal yapısı ve iç dinamikleri bir insanın bağımsızlık sistemi, bir bilgisayarın antivirüs programları gibidirler. Bağımsızlık sistemi güçlü ise saldırılar, komplolar doku- nur ama zarar veremez; eğer zayıf ise uzun vadeli rahatsızlıklara, kalıcı hasarlara, yıkımlara, ölümlere yol açabilir. Bütün bu olaylar sırasında merkezin kullandığı en önemli araç ve silah da tabii ki medyadır, sosyal medyadır.

## Küreselleşen Medya

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve insanların haber merakı, televizyonu, interneti ve sosyal medyayı küreselleştirmiştir. İletişim kuramcısı McLuhan'ın dediği gibi, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile küresel bir köye dönüşmüş olan dünyanın bir yerinde meydana gelen bir olayın içeriği ve görüntüleri birkaç saniye içerisinde neredeyse bütün insanlığa ulaştırılabilmekte; bu haber ve görüntüler alınıp satılmaktadır. Özellikle BBC World ve CNN International, dünya haber piyasasında, uluslararası haberler açısından, dünyadaki diğer haber kanalları tarafından referans kabul edilmektedirler.

Bugün çokuluslu bir yapıya sahip olan ama merkezlerinin çoğu Amerika'da bulunan dev medya firmalarının küresel medya piyasası üzerindeki hakimiyeti tartışmasız kabul edilen bir gerçektir (Uluç, 2003:206). ABD medya kuruluşları, kendilerine pazar olarak gördükleri ülkelerde yerli sermayeyi kendine ortak almakta ve yayınlarını bu şekilde gerçekleştirmektedir. İyi bir küreselleşme çalışması olan bu duruma, ABD firması olan CNN'in ortaklarıyla ABD dışında kurduğu CNN Türk, CNN İtalia, CNN Espanol birer örnektir.

Televizyon alanında yaşanan bu tekelleşme internet alanında da yaşanmaktadır. İnternet de, artık kitle iletişiminde radyo, televizyon ve gazete kadar önemli hale gelmiş, hatta hepsini geride bırakacak bir aşamaya gelmek üzeredir. Kitle iletişim araçları alanında yaşanan küreselleşmenin yanında tekelleşmeler de oluşmaktadır. Murdock,

(1990:4'den aktaran Kejanlıoğlu, 2004:151), İtalyan basınının %70'inin Fiat, Feruzzi-Montedison ve Cofide adlı başlıca üç endüstri grubunun elinde olduğunu; Laughy (2010:158)'de, Britanya'da geniş bantlı internet pazarının British TELEKOM, Telefonía Europa (O2), News Corporation (Sky), Time Warner (AOL) ve Virgin Media isimli beş şirketin tekelinde olduğunu belirtmektedir.

Dünyada 120 civarında ajans bulunmaktadır ve 50 ülke de ulusal eğilimli birer ajansa sahiptir. Ama haber ajanslarında sadece 5 tanesi dünya çapında yayın yapabilmekte ve dünya nüfusunun % 99,8'ine ulaşabilmektedir. Bunlar; Agence France Presse, Reuters, Associated Press, United Press International ve Itar-Tass'dır (Uluç, 2003:233).

Hem dünyada hem de Türkiye'de birçok medya kuruluşu yatay tekelleşme ile birden fazla yazılı veya görsel medyada, dikey tekelleşme ile hem yazılı hem de görsel medyada, çapraz tekelleşme ile de medyanın dışında ekonomide başka alanlarda da faaliyette bulunmaktadır. Nitekim Türkiye'de Doğan Medya Grubu yatay, dikey ve çapraz tekelleşmenin olduğu bir yapı sergilemektedir. Grubun internet sitesinde de (doganholding.com.tr) yer aldığı gibi, medya ( Hürriyet, Milliyet, Radikal, Posta, Vatan, Fanatik ve Hürriyet Daily News, Kanal D, Star TV, CNN Türk, TNT; radyo kanalları Radyo D, Slow Türk Radyo ve Radyo Moda ve grubun dijital platformu D-Smart), enerji (Petrol Ofisi / Doğan Enerji), ticaret (Milpa), sanayi (Çelik Halat / Ditaş / Doğan Organik Ürünler), finansal hizmetler (DD Konut Finansmanı) ve turizm (Milta)



alanında faaliyetleri bulunmaktadır. Tekelleşen medya sahiplerinin ülkenin ve ülkelerin siyasi ve ekonomik yapısını, kendi menfaatleri için nasıl etkiledikleri her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır.

### Medya Silahların Yerini Aldı

2000'li yıllarda birkaç küresel şirketin dünya medyası üzerinde denetim sağlamaya başladığını söyleyen Bagdikian (2004:11)'a göre, dünyanın her yerinde faaliyet gösteren; dünya ölçeğinde insan hayatını yakından ilgilendiren ve etkileyen kitle iletişiminin, az sayıdaki şirket sahibi tarafından yönlendirilebilir hale geldiği; sermayenin medyayı ele geçirdiği tespitini yapmaktadır. Bagdikian, bugünün modern kitle iletişiminin küresel dil, kültür, sosyal sınıf farklılıklarını, hatta kara cahilliği bile aştığını ve medya kuruluşlarının her zaman siyaseti etkileyecek güce sahip olduğunu da vurgulamaktadır.

Medya sahipleri ya da uluslararası medyayı yönlendirenler, elde ettikleri güç ve iletişim ağı ile dünyada ekonomiyi, siyaseti, uluslararası ilişkileri, çatışmaları, liderleri ve iktidarları da etkilemektedirler. Medya öteden beri propaganda silahı olarak kullanılmakla birlikte, günümüzde artık kamera ve bilgisayarların da yardımıyla savaş silahları haline gelmiştir (Kalb, 2007:4-18).

Saddam ve Arap Baharı şeklinde adlandırılan dönemde özellikle Kaddafi hakkında yapılan itibarsızlaştırma haberleri ile dünya kamuoyu, bu kişilerin kötü olduğuna ve yok edilmeleri gerektiğine inandırılmıştır. Bu itibarsızlaştırma süreci sonunda iki lider de öldürülmüş ve bu duruma ciddi bir itiraz gelmemiştir.

### Algı Oluşturma, Gündem Belirleme

Medya kötü değildir, doğru kullanılırsa faydalıdır. Medya, su gibidir; nasıl ki su bulunduğu kabın rengini ve şeklini alırsa, medya da kullanıcısının isteklerine ve ideolojisine göre renk ve şekil alır. Günümüz dünyasında insanların en önemli bilgi kaynağı televizyon ve internettir. Medya, insanların ne hakkında neler konuşacağını ve gerçekleri ne olarak düşünceğini kuracağı gündemle belirler ve etkiler. Medyanın olaylara verdiği önem ve öncelik kamuoyunun da önem ve önceliği haline gelir.

Medyanın gücü, bazı sorunları ve konuları görmezlikten gelip marjinalize edebilmesi ve bazı sorun ve konuları da istediği sıklıkta ve yoğunlukta kamuoyunun gündeminde tutabilmesinde yatar (Yaylagül, 2008:70).

Van Dijk (2003:44), medyanın arkasındaki gücün, devre dışı bırakmak istediği kişi, grup veya kurumu söylemleri ile itibarsızlaştırdığını belirtmektedir. Van Dijk'in "İdeolojik Kare – dördümlü Alan Analizi" şeklinde adlandırdığı söylem analizi yöntemine göre, haber söyleminin oluşturulması sırasında uygulanan genel strateji, "Bizim hakkımızda olumlu şeyler söyle" ve "Onlar hakkında olumsuz şeyler söyle" üzerine kuruludur. Van Dijk, bunu daha açık olarak dört farklı ilkedeki toplamaktadır: "Bizim hakkımızdaki olumlu şeyleri vurgula", "Onlar hakkındaki olumsuz şeyleri vurgula", "Bizim hakkımızdaki olumsuz şeyleri vurgulama" ve "Onlar hakkındaki olumlu şeyleri vurgulama" şeklindedir. Uluslararası medyanın, devre dışı bırakmak istediği kişi, grup veya ku-

ruma, özellikle doğu toplumlarına yaptığı da budur. Uluslararası medyanın, doğu toplumlarını genellikle açlık, sefalet içinde, anti-demokrat, kaba-çatışmacı, az gelişmiş şeklinde yansıttığı, batı toplumlarını da tam tersi terimlerle ifade ettiği görülmektedir.

Küresel gücün kontrolünde olan medya kuruluşları, yaptıkları haberler veya mevcut haberleri çarpıtarak toplumları ve insanları, kendi amaç ve ideolojileri doğrultusunda çok kolay etkileyebilmekte, inandırabilmektedir. Bunu yaparken de, destekledikleri kesimlerin kötü yönlerini gizlemek için "euphemism" yöntemlerini kullanmakta, olayları daha ağır bir ifade yerine daha hafif bir ifade ile aktarmaktadırlar. Öldürme yerine etkisiz hale getirme, bombardıman yerine cerrahi vuruş (surgical strike), ölü insan sayısı yerine body count gibi.

Küresel medya, bazen de hedef saptırmakta; büyük acıları, kadın ve çocukların ölümünü, yaşanan ahlaksızlıkları, esir kamplarını ve işkenceleri görmezlikten gelip, diktatleri daha hafif noktalara yönlendirmektedir. Körfez savaşı sırasında yakılan, yıkılan şehirler ve ölen 1 milyonun üzerindeki Iraklı masumdan hiç bahsetmeyen, CNN başta olmak üzere küresel medya, günlerce "petrole bulanmış karabatak kuşunu" göstererek hedef saptırmış ve kendine göre çevrecilik, hayvan severlik yapmıştır. Türk ve dünya televizyonlarında 1970 ve 80'li yıllarda sıkça gösterilen kızılderi filmi de yanlış ve yanılgı algı oluşturmaya bir örnektir. Yıllarca soy kırımına uğrayan, katledilen kızılderi filmlerde hep beyazlara saldıran, kötü ve suçlu, dolayısıyla yok edilmesi gereken



insanlar olarak gösterilmiş; Keith (2005:26)'in belirttiği gibi, katlimana paralel olarak bir milyonluk kızıl derili nüfusun içinde doğurganlık çağındaki kadınların dörtte biri de kısırlaştırılmıştır.

Bertrand Russell'ın dedesi İngiltere'nin dışişleri bakanıyken Çin'e karşı yürütülen Afyon Savaşını savunmak amacıyla parlamentoda yaptığı konuşmada, "her Çinlinin entarisinin eteğinin dört parmak uzatılmasıyla Manchester ve Liverpool'daki dokuma fabrikalarına yüzyıl yetecek pazar bulmuş olacaklarını" söylerken (Oskey,2001:106), muhtemelen Çin'de uzun etek modası oluşturmaya başlamışlardır.

Komplo teorileri, bu teorileri uygulayanlar kitleler olmadan, yerli işbirliği olmadan yola çıkamaz. Hükümetlerle anlaşamayan yapılar, ülkedeki hassasiyetleri devreye sokarlar ve bunu yanlış ve yanlış algı oluşturup, insanları kışkırtıp, kitleleri sokağa dökerek, onları kontrol ederek yaparlar.

### **Kitle Psikolojisi**

Gustave Le Bon, Kitleler Psikolojisi adlı kitabında (s.23-28), bazı düşünce ve duyguların ancak kitle halinde bulunan bireylerde kendini gösterdiğini veya hareket alanına çıktığını; yalnızken terbiyeli, aydın bir tutum ve davranış sergileyen bir insanın, kitle içinde iken içgüdüleriyle hareket eden, eyleminin cezasız kalacağına inanan bir vahşiye dönüştüğünü belirtmektedir. Le Bon, kızgınlık, muhakeme yeteneksizlikleri, hüküm verme ve eleştiri yeteneksizliği, duygularda mübalağa gibi karakteristik özellikler gösteren kitlelerin özellikle şan, şeref, din ve vatan duygularına hitap edilerek,

birkaç cümle, bir iki resim ile kolaylıkla kışkırtılıp harekete geçirilebileceğini; bu özellikleri çocuklarda ve vahşilerde de görmenin mümkün olduğunu vurgulamaktadır.

Kitleler kendi inanışlarından başkasına karşı hoşgörüsüzdüler. Tek başınayken itiraz ve tartışmayı kabul eden birey kitle içinde buna tahammülsüz hale gelir. Baskıya ve güce saygı duyarlar ve bir dönem saygı gösterdikleri kişiler gücü kaybettiğinde onları çiğnerler. Kitleler değişime karşı da hoşgörüsüzdür; içgüdülerinde kuvvetli olan devrim değil köleliktir, kurumları değil isimlerini değiştirmek isterler (Le Bon; 1999:48-50). Le Bon ayrıca, kitle psikolojisinde bilinçli kişiliğin ortadan kalkacağını, kitlenin çobanından vazgeçmeyen bir sürü olduğunu, kendilerine aktarılan düşünceler dışında yeni fikirlere sahip olmaya yeteneksiz olduklarını; bu özelliklerinin mikropların çürümüş bedenlere yaptığı gibi, uygarlıklara zarar verebileceğini, hatta yıkılmasını çabuklaştıracağını da belirtmektedir.

İletişim kuramları alanında önemli bir yere sahip olan Frankfurt Okulunun yaklaşımlarına göre kitleler hâkim güçler tarafından kontrol edilen kültür endüstrileri tarafından kolayca aptallaştırılabilirler (Yaylagül, 2008:84) ve yönlendirilebilirler. Toplumlarda gerçekler hâkim ideoloji tarafından tarafından üretilir ve kitle iletişim araçlarının da yer aldığı kültür endüstrilerinde işlenir. Kitle, amaca uygun olarak şekillendirilir ve yönlendirilir. Bu aşamada ideoloji gerçekliği çarpıtır. Bunu yaparken amacını gizler; daha sevimli söylemler kullanır; dengesiz güç ve iktidar mücadelesini kamufle eder.

### **Sosyal Medya ve Etik Sorunları**

Günümüz medyası genelde objektiflikten uzak, medya sahiplerinin ideolojisini pazarlayan ve menfaatlerini savunan bir yayın politikası takip etmektedir. Aynı anda birçok insana haber ve görüntü ulaştırabilen TV, Radyo, Gazete, Dergi, Sinema, Tiyatro kitle iletişim aracı olarak sayılmakta; internetle gelişen facebook, twitter, LinkedIn, youtube gibi yaygın olan elektronik medya kanallarının yanında cep mesajlar da sosyal medya kapsamına girmektedir.

Kitle iletişim araçları, özellikle elektronik medyadaki gelişmeler ve internetin hızla yaygınlaşması mesajların izleyicilere daha hızlı ve sık ulaştırılmasını kolaylaştırmıştır. Medya aracılığıyla kitleler kolayca manipüle edilip, toplumsal değişiklikler, özellikle sosyal medyanın da desteğiyle kolayca gerçekleştirilebilmektedir. Kitlelerin, medyadan gelen mesajları kesin doğru kabul edip inanma eğilimi yüksektir. Ulaşılmak istenilen amaç için uygun ortam da medya yoluyla kolaylıkla oluşturulmakta ve olgunlaştırılmaktadır.

Haber ve mesaj taşıma özelliğinin yanında televizyon görüntüleri, filmler ve internet insanların ruh ve beden sağlığını da etkilemekte, insanların istem dışı tutum ve davranışlar sergilemelerine sebep olmaktadır. Keith (2005:55), 1997 yılında Japonya'da 700'den fazla çocuğun televizyondaki Pokemon çizgi filmi seyrederken hastaneye kaldırıldığını, 20 saniye boyunca yanıp sönen ışık nedeniyle çocuklarda "ışığa duyarlı epilepsinin" ortaya çıkması sonucu çocuklarda kasılma görülüğünü, bir çok doktorun da aynı





sahnenin “hipnoz etkisi” oluşturduğunu rapor ettiklerini belirtmektedir.

Sosyal medya, hergün yeni teknik ve kolaylıklarla hızlı, ancak etik sorunları da beraberinde getiren, kontrolsüz gelişmekte olan bir alandır. Devasa kullanıcı kitlesiyle kendi ekonomisini de oluşturduğu gibi, kullanıcıları yazar, haberci, fotoğrafçı konumuna getirdi. Sosyal medyada genel olarak kabul gören sorunları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.

- Sahte isimler veya başkalarının bilgileri izinsiz kullanılarak hesap açılabilen; bu yolla hem diğer insanlar aldatılmakta, hem de bilgileri kullanılan kişiler mağdur edilmekte; dolayısıyla kişisel verilerin güvenliği sağlanamamakta,
- Kişilerin aile ve özel resimleri izinsiz yayınlanarak özel yaşamın gizliliği ihlal edilmekte,
- Hukuki sonuç doğuracak hususlar ortaya çıktığında sorumlular bulunamamakta, bulunsa da inkar yoluna gidilmekte, yalan ve yanlış haber ve görüntülerin tekdibi mümkün olmamakta,
- İnsan emeği hiçe sayılarak telif/patent hakları ihlal edilmekte,
- Çoğu zaman içeriğin asıl kaynağı bilinmemekte veya gösterilmemekte,
- Üretilen içerikler olgunlaşmadan ve doğruluğu teyit edilmeden yayılmakta, dolayısıyla yalan ve yanlış haber ve görüntüye aracılık edilmekte,
- Sosyal medya sayfalarında kullanıcı yoğun reklama ve müstehcenliğe maruz bırakılmakta,

- İçerikler yanıltıcı bir biçimde etiketlenmekte ve başlıklandırılmakta,
- Nefret söylemi yoğun bir şekilde kullanılmakta,
- Dil özensiz kullanılmaktadır.

Medya, dünyayı ilgilendiren konularda görüntülerin gücünden yararlanmakta, çoğu zaman anlam üretme sürecinin bir numaralı aktörü olmaktadır. İletişim kuramları arasında yer alan “Eşik Bekçiliği” konusu bir çok olayda iyi işletilmiş, olaylar medyanın süzgecinden geçirilerek, değiştirilerek, çarpıtılarak, medya sahiplerinin veya medyayı yönlendirenlerin çıkarlarına uygun hale getirilerek insanlara sunulmuştur. Saddam’ın idamının yanı sıra ikiz kulelerin yıkılışı, Çavuşesku’nun idamı, Kaddafi’nin öldürülüşü, Usame Bin Ladin’in yakalanma ve öldürülme süreci vb. pek çok olay toplumsal hafızaya medya tarafından belli bir ideoloji temelinde seçilmiş görüntü ve yorumlarla kazanmıştır. Bu durum kaçınılmaz olarak bireylerin algı ve anlamlandırma süreçlerinin de bu görüntüler tarafından yönlendirilmesi ve dünyaya bakış açılarının da egemen ideolojinin amaçları doğrultusunda çerçevelenmesi sonucunu getirmektedir. Uluslararası siyasi gücü elinde bulunduranlar, artık konvansiyonel silahlarla değil medya gücü ile algı oluşturup dünyayı yönetmektedirler.

### Algı Yönetimi ve Sonuç

Küreselleşme artık sınıra dayanmıştır. Küresel sermaye, bütün dünyayı kendi pazarı olarak görmektedir. Giremediği yerlerde cazgırlık yapmakta; ortamı kendisi için, hiç acele etmeden oluşturmakta ve olgunlaştırmaktadır. Bu amaçla, medyayı da

kullanarak toplumsal olaylar çıkarılmakta, masum gösterileri sulandırıp, insiyatifi ele geçirmekte ve insanların hassasiyetlerini istismar ederek şartları kendi lehine çevirebilmektedir.

Madem yeni dünya düzenini projelendirenler, özellikle medyayı kullanarak; siyasi, ekonomik, sosyal malzemelerle, hükümetler, ülkeler ve milletler üzerinde baskı oluşturmak, yeni köleler ortaya çıkarmak, yeni kölelik düzeni kurmak istemektedir; şiddeti teşvik eden düzen, yer yer demokrasi çığırkanlığı da yaparak, çifte standart uygulamakta, öyleyse oyunu görüp tedbirli ve dikkatli olmak gerekmektedir.

- Bir ülkenin huzuru ve güvenliği, başışıklık sistemini oluşturan kurumsal yapısı ve iç dinamiklerinin güçlü olup olmaması ile doğru orantılıdır. Küresel sermayenin muhatapları da tedbirleri önceden almalı, başışıklık sistemini güçlendirmelidirler. Bir ülke, hukuk, eğitim, ekonomi, istihbarat ve güvenlik alanında güçlü ise, milleti oluşturan sosyal, siyasi, etnik ve inanç temelli gruplarını, asgari müşterekler ve ortak hedefler etrafında buluşturabiliyorsa, içerden ve dışardan kaynaklanan sorunları daha kolay aşabilme imkanına sahip olacaktır.
- Her ne kadar bir ülkenin kendi insanları ve grupları arasındaki algı farkının temelinde ideoloji ve inançlar varsa da, sosyal medya alanında dengeli, adil bir hukuki düzenleme yapmak mümkündür. Madem sosyal medya çok etkili, bu kanalın hukuki altyapısını, hem vatandaşların hem de devletin gü-



venliğini dengeleyecek şekilde oluşturmak, kullanımını yaygınlaştırmak gerekmektedir.

- Anadolu’da “kapını sağlam kilitte, komşunu hırsız tutma” diye bir deyim vardır. Ülke insanının yeni dünya düzeni ve yaşananlar konusunda da doğru bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi, dışarıdan gelebilecek istenmeyen müdahalelerin olumsuz sonuçlarını en aza indirecektir.
- Ülkede, üretimi artırmak ve çeşitlendirmek, israftan ve ekonomik olmayan yatırımlardan kaçınmak, ülke kaynaklarını rasyonel kullanmak ve tasarruf etmek ekonomiyi güçlendirir. Güçlü ekonomi aş ve iş demektir. Aş ve işi olan insanların daha az sorun çıkarması beklenir. Avare insanlarla uzun vadede baş etmenin yolu onların meşgul edilmesi, aş ve iş sahibi olmalarının sağlanmasıdır.
- Görsel ve yazılı medyanın yönlendirmesiyle veya sosyal medyanın sağladığı fırsatla organize olup sokağa dökülerek şiddet uygulayan ve halkın psikolojisini ve kamu düzenini olumsuz etkileyen grupların

sebebi olduğu olumsuzlukları etkisizleştirmek için halk, tek bir haber merkezi vasıtasıyla, zamanında, doğru ve yeterince bilgilendirilmelidir. Bilgilendirmede geç kalınır veya noksan bilgilendirme olursa boşluğu birileri doldurur ve yalan – yanlış haber akışı başlar.

- Le Bon’un değerlendirmeleri kapsamında, sorunların hukuk, demokrasi ve diyalog kapsamında değil de gürlütü, tehdit ve şiddet ile çözülebileceğine inanarak sokağa çıkan ve bütün uyarılara rağmen kamu düzenini ve genel huzuru bozmaya ve huzuru korumakla görevli olanlara karşı şiddet uygulamaya başlayan insanlara bir üst seviyeden gücü hissettirmek gerektiğini söylemek mümkündür. Türkçedeki “Diklenmeden dik durmak” tabiri ile, Anadolu’da çocuklara “köpeğin yanından geçerken korktuğunu hissetirirsen sana saldırır; yanından korkmadığını hissettirerek geç” şeklindeki hatırlatmaları tam da bu durumu ifade etmektedir.
- Yabancı birinin veya grubun, kendinden olmayan bir ülkeye ve millete kin beslemesini, onu

sömürmek, itibarsızlaştırmak, zorda bırakmak istemesini bir yerde anlamak mümkündür. Ancak, bütün gerçeklerin ve tuzakların apaçık görülebildiği, bilinebildiği bu çağda, kışkırtmalara kapılarak kendi milletine ve devletine zarar verenleri anlamak mümkün değildir. Bu olsa olsa akıl tutulmasıdır. Bu, bindiği dalı kesmek veya açık denizlerde içinde bulunduğu geminin tabanını delmek veya yol kesiciye kılıç hediye etmek gibi bir şeydir.

Türkiye’de, 20.yüzyılın ortalarından itibaren “yat yat uyu, uyu uyu yat” öğretisi ile tembelliğe alıştıran; “vurun vurun vuralım, tahtaları kıralım; bizim köyde usta çok yeniden yaptıralım” diyerek şiddete, vurmaya, kırmaya özendirilen; “asılacaksan İngiliz ipi ile asıl” dayatması ile özgüven erozyonuna uğrayan, “ne gelirse Hacı’dan Hoca’dan gelir” önyargısı ile inançlarına yabancılaştırılan nesillerle ancak bu seviyelere gelinebildi. Doğru yol ve yöntem uygulandığı takdirde insanla anlaşmak, huzuru bulmak zor olmasa gerek. Ülke ve millet olarak daha huzurlu günleri görebilmek ümidiyle... Haziran 2013

#### KAYNAKÇA

Bagdikian, B. H., (2004). *The New Media Monopoly*. Beacon Press, Boston., Can, B., (2009). “Büyük Şeytanın (ABD) Yeni Örümcek Ağları - 1 “Akıllı Güç-Akıllı Güç Stratejisi”, *Ümrân Dergisi (E-Dergi)*, Ağustos 2009, Sayı:180, s.4., [http://www.doganholding.com.tr/yatirimci-iliskileri/\\_pdf/faaliyet\\_raporlari/2010.pdf](http://www.doganholding.com.tr/yatirimci-iliskileri/_pdf/faaliyet_raporlari/2010.pdf) (15 Ocak 2012)., Kalb, M., (2007). “The Israeli-Hezbollah War of 2006: The Media as a Weapon in Asymmetrical Conflict”, *Faculty Research Working Papers Series, Harvard University, John F. Kennedy School of Government.*, Keith, J., (2005). *CIA’den Medya’ya Kitlelerin Kontrolü* (Çev: Sibel San). Nokta Kitap, İstanbul., Kejanlıoğlu, D. B., (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*, İmge Kitabevi, Ankara., Laughy, D., (2010). *Medya Çalışmaları:Teoriler ve Yaklaşımlar* (Çev:Ali Toprak). Kalkedon Yayıncılık, İstanbul., Le Bon, G., (1999). *Kitlelerin Psikolojisi* (Çev:Tolga Sağlam). Timaş Yayınları, İstanbul., Oskay, Ü., (2001). *İletişimin ABC’si*. Der Yayınları, İstanbul., Uluç, G., (2003). *Küreselleşen Medya:İktidar ve Mücadele Alanı*, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul., Van Dijk, T. A., (2003). *Ideology and Discourse*. Pompeu Fabra University, Barcelona., Yaylagül, L., (2008). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları, Ankara.