

Yayın ilkeleri, izinler ve abonelik hakkında ayrıntılı bilgi:

E-mail: bilgi@uidergisi.com

Web: www.uidergisi.com



***Türkiye’de Uluslararası İlişkiler
Çalışmaları ve Eğitimi Kongresi
Tutanakları
(19-21 Nisan 2007)***

Medya ve Uluslararası Politika

Erdem Denk

Dr., Ankara Üniversitesi, Uluslararası Hukuk Anabilim Dalı

Bu makalenin tüm hakları Uluslararası İlişkiler Konseyi Derneği’ne aittir. Önceden yazılı izin alınmadan hiç bir iletişim, kopyalama ya da yayın sistemi kullanılarak yeniden yayımlanamaz, çoğaltılamaz, dağıtılamaz, satılamaz veya herhangi bir şekilde kamunun ücretli/ücretsiz kullanımına sunulamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

Aksi belirtilmediği sürece *Uluslararası İlişkiler*’de yayınlanan yazılarda belirtilen fikirler yalnızca yazarına/yazarlarına aittir. UİK Derneğini, editörleri ve diğer yazarları bağlamaz.

Medya ve Uluslararası Politika

Erdem DENK*

1.

Türkiye özelini akılda tutarak medya-uluslararası politika ilişkisi hakkında genel bir değerlendirmenin yapılacağı bu yazıda temel olarak iki konu ele alınacaktır: Öncelikle medya-(dış) politika ilişkileri kuramsal düzeyde tartışılarak medyanın dış politikaya etkisi ele alınacaktır. Daha sonra da uluslararası ilişkiler alanında çalışmalar yapan akademisyenlerin medyayla ilişkileri ve medyada görünmeleriyle bağlantılı sorunlar ele alınacaktır. Geneli itibariyle kuramsal düzeyde yapılacak tartışmalar, yeri geldikçe ilgili pratik çalışmaların sunduğu somut veri ve bulguların yardımıyla desteklenmeye çalışılacaktır.

Tüm bunları yapabilmek içinse işe genel olarak medya haberciliğini tartışmakla başlanacaktır.

2.

Popüler habercilik tartışmalarında en sık kullanılan örneklerden "köpek mi insanı ısırırsa haber olur yoksa tersi mi" tartışmasına Kadir Cangızbay'ın getirdiği yorum neredeyse zaman ve mekândan bağımsız olarak, ya da en azından içinde yaşadığımız söylenen şu meşum küreselleşme çağında, ziyadesiyle anlamlı ve öğreticidir:

İster insan köpeği ısırması olsun, ister köpek insanı; bunun kendisi için haber olamayacağı iki varlık vardır: ısırılan ve ısırılan. Haberdar, tanım gereği, oyun/sahne dışıdır;... İnsan gerçekten haberdar konumunda bulunuyor ise, haberdarı olduğu durum, olgu ya da olayların gerçekten dışındadır; ancak haberdarlığının bir bilinç durumu olduğunu hesaba katarsak, şu da pekala mümkündür: haberdarlık bilinci, insanı aslında kendisini de kapsayan, kendisinin de içinde yer/rol aldığı bir oyunu, tümüyle kendi dışında, kendisinden bağımsız olarak var ve oynanıyor; kendisini de bu oyundan tümüyle bağımsız, tümüyle onun dışındaymış gibi görür/hisseder hale getirebilir ki, bu haliyle artık o, aktif öznesi olabileceği bir oyunun basit bir figüranından, canlı dolgu maddesinden başka bir şey değildir; tabii bunu bile bilmeden.¹

Gerçekten de, doğrudan insanı ilgilendiren, insanın taraf olduğu bir konuyla ilgili aktarılan bilginin "haber" olması aslında tanım gereği imkânsızdır. Hele toplumsal, ekonomik ve siyasal olan her şeyin dönüp

* Dr., Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası Hukuk Anabilim Dalı, Cebeci Kampüsü, Ankara. E-posta: denk@politics.ankara.edu.tr

¹ Kadir Cangızbay, "Bilgi Toplumu'na Bilgiden Yana Reddiye", *Hiçkimsenin Cumhuriyeti*, Ankara, Ütopya Yayınları, 2000, s. 106-107.

dolaşıp tek tek her bir insanın hayatına bir şekilde etki ettiği günümüzde.² Zira, uluslararası ilişkiler, dünya politikası ya da dış politika alanlarında olup biten hiçbir şey tekil olarak herhangi bir insanın hayatından bağımsız, onun dışında bir şey değildir. Ya da/daha doğrusu tersi: Tekil olarak hiçbir insan uluslararası ilişkiler, dünya politikası ya da dış politika alanlarında olup biten hiçbir şeyden ayrı, muaf, azade değildir.

Bu da demek oluyor ki, dünyadaki gelişmelerin insanlara aktarılması süreci de aslında "haber vermek" olarak adlandırılmaz. Çünkü, dünyada olan hiçbir politik şeye (ki, her şey politiktir!) tekil insanların ilgisiz kalması, daha doğrusu *ilgisiz* kabul edilmesi doğru değildir. Burada kastedilen tabii ki kişisel ilgi göstermek ya da göstermemek anlamındaki ilgisizlik değildir; aslolan *ilgili olmak, kendisini ilgilendirir* olmaktır. Her bir insan, dünyada olup bitenin doğrudan hayatını etkileme potansiyeli hatta düpedüz ihtimali olduğu için kendini/varlığını ilgilendirmesi anlamında uluslararası politikayla ilgilidir.

Kısacası, sadece uluslararası ilişkiler akademisyenleri değil potansiyel olarak herkes dünyada olup biteni takip edebilir (hatta etmelidir) ve bu da konumuz açısından düşünüldüğünde iki yönlü olarak da doğrudur. Yani, hem medyada uluslararası ilişkiler konusunda çıkan "haber" ve yorumların tümü tüm ve her bir insan için anlamlıdır hatta hayatidir, hem de her insan uluslararası ilişkiler konusunda pekâlâ ahkâm kesebilir, ya da ahkâm kesme hakkını haizdir! Tabii ki "uluslararası ilişkiler disiplini" diye bilinen alanın tüm makul gerekçelerinin yanı sıra var olmak için *de* geliştirdiği kimi "usul kuralları" mevcuttur. Ama bu bilimsel gerekliliğin bir disiplin elitizmi yaratacak şekilde yorumlanması genelde bir sosyal bilim alanı için özelden de uluslararası ilişkiler için sakıncalı ve yanlış olacaktır. Nihayetinde söz konusu olan en meraklısından en meraksızına her bir insanın ve bu insanlardan oluşan toplumun hayatıdır. Uluslararası ilişkilerle ilgilenme manasında ilgili akademisyenlere mutlak bir "yetki devri"nden bahsetmek doğru olmayacaktır. Hatta temsili yetki devrinin bile sınırları vardır, olmalıdır.

3.

Bu genel tespit, her durumda somut gönderme/bağlantılandırma durumu söz konusu ol(a)masa da, başlangıçta bahsedilen iki noktayı tartışmaya zemin oluşturacak niteliktedir. Şöyle ki, gerek medyanın dış politikaya ve uluslararası ilişkilere etkisi gerek de ilgili akademisyenlerin ve çalışmalarının medya boyutu, ancak bu alanın doğrudan doğru-

² "Biyoyiktidar" kavramsallaştırmasının üzerinden gidersek insanı gittikçe şeyleştiren bu süreç aslında küreselleşmeyle sadece yeni bir görünüme kavuşmuştur; yoksa günümüz için ciddi bir yenilikten, farklılıktan bahsetmek olanaklı değildir. Modern insanın, hayatın, siyasetin ortaya çıkmasından ve hatta ilk Çağlardan beri söz konusu olan insanın nesneleştirilmesidir çünkü bkz. Michel Foucault, *Cinselliğin Tarihi*, 3 Cilt, Çev. Hülya Uğur Tannöver, İstanbul, Ayrıntı, 2003 ve ayrıca Giorgio Agamben, *Kutsal İnsan*, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul, Ayrıntı, 2001.

ya her bir insanın günlük toplumsal hayatıyla doğrudan ilişkili/ilgili olduğu varsayımı üzerinden anlamlı olacaktır. Aksi takdirde, hem uluslararası ilişkiler diye adlandırılan bir alanda olup bittin hakkında "haber" vermek, insanlara onların dışında ve onlarla ilgisiz/bağlantısız bir konuda bilgi/malumat aktarmak anlamına gelirdi hem de ilgili akademisyenlerin sadece onlara çalışma ve tartışma nesnelere konumuna indirgenmiş "uluslararası ilişkiler" sahasına "dışarı"dan yorum yapması hatta müdahale etmesi anlamına gelirdi. Olanaksızlığı zaten bir hemen yukarıda açıklanan ilk durum bir yana, ikinci ihtimalde bizi katı pozitivist bir bilim anlayışına götürür ki bunu savunmak -en azından günümüzde- anlamını ve inandırıcılığını iyice kaybetmiştir.

4.

Medyanın genelde (dış) politikaya ve özelde de uluslararası ilişkilere etkisi dendiğinde aslında iki ayrı ucu temsil eden iki genel görüşten bahsetmek olasıdır: Bir yanda "CNN etkisi" olarak kavramsallaştırılagelen kamuoyunun medya aracılığıyla (ve "olumlu" yönde) etkilenmesi, diğer yandaysa "rızanın imalatı" kavramıyla ifade edilen dış politika karar alıcılarının kamuoyunu yine medya aracılığıyla (ve "olumsuz" yönde) etkilemesi.

5.

"CNN etkisi", Vietnam Savaşı ile gündeme gelmiş bir kavramdır. Bu görüşe göre, savaş alanında olup biten tüm olumsuzlukların medya aracılığıyla ABD kamuoyuna yansması sonucunda yükselen tepki ABD yönetiminin bu savaşı gerekli gösterme politikasının inandırıcılığının sorgulanmasına ve nihayetinde de yönetimin ABD kuvvetlerini Vietnam'dan çekmek zorunda kalmasına yol açmıştır. Bu anlamda medya da yanlış uygulamaları yansıtarak devlet politikalarının kamuoyu vicdanında oylanmasını ve sona erdirilmesini sağlama gibi "olumlu" bir işleve pekâlâ sahiptir.

6.

Bu yorumun tam karşı kutbundaya "rızanın imalatı" kavramı üzerinden tartışılan bir görüş mevcuttur. Gramsci'nin "rıza-hegemonya" analizinden yola çıkan ve Herman ve Chomsky'nin önemli incelemesiyle³ iyice ete kemiğe bürünen bu yaklaşıma göre, yönetimler neredeyse bütün uygulamalarını iyi düşünülmüş, inceden inceye hesaplanmış "halkla ilişkiler" (PR, hatta şimdiki moda adıyla *public diplomacy*) politikalarıyla kamuoyuna benimsetmekte ve bu süreçte belki de en kritik

³ Noam Chomsky ve Edward S. Herman, *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, Çev. Ender Abadoğlu, İstanbul, Aram, 2006.

görevi/rolü de medya üstlenmektedir. Yönetimlerle maddi-manevi ilişkileri tartışılmaz olan medya kuruluşları (bilerek ya da bilmeyerek) yürütülen politikaların bir anlamda pazarlamasını yapmaktadır -ki bu genelde haber aktarma şeklinde olmaktan ziyade bilinçli bir tercih sonucunda ve pazarlaması yapılan konuyu meşrulaştırıcı bir dil, üslup ve içerikle gerçekleştirilmektedir. Resmi çevrelerin son dönemdeki pek gözde ifadesiyle söylemek gerekirse, “kalpleri ve beyinleri fethetmekte” (*winning hearts and minds*) ne gibi bir zarar olabilir ki?

7.

En azından birbirlerine karşı konumları itibariyle zıt kutuplarda yer alan bu iki görüşün hangisinin doğru ya da doğruya en yakın olduğunu tespit etmeye çalışmaktan ziyade mevcut veriler ışığında iki görüş arasında bir *salınım ilişkisi* olduğu iddia edilecektir. Yalnız, burada kastedilmek istenen “CNN etkisi” ve “rızanın imalatı” görüşlerinden birinin zaman ve mekâna bağlı şekilde açıklayıcı güce eriştiği, erişebileceği değildir. Tersine, bu öyle bir *salınım ilişkisi*dir ki, yüzeyde iki uç arasında gidip gelen (ya da geldiği düşünülen) açıklayıcı olma durumu aslında tek yönlü işlemektedir. Şöyle ki, kimi istisnaları pekâlâ gösterilebilecek olsa da, temel olarak her durumda, ya da son tahlilde, açıklayıcı olan, galebe çalan “rızanın imalatı” görüşüdür. Yani, “CNN etkisi” bakışının belirleyici olduğunun düşünüldüğü yani resmi politikaların medya tarafından bilinçlendirilen kamuoyu tepkisiyle değiştirilmek zorunda kaldığı durumlar bile ya aslında yeni resmi politikaların habercisi olmakta (yani CNN etkisi görünümü rızanın imalatı!) ya da resmi politikalar yeni durumlara çabuk ayak uydurma kapasitesine/ becerisine eriştiği için mevcut tepki çok rahatlıkla tersine çevrilebilmektedir (yani CNN etkisinden imal edilen rıza!).

Her ne kadar ilk bakışta bu tespitin olsa olsa 20. yüzyılın son çeyreğinden bu yana medyanın yaptığı atılım ve yeni siyaset anlayışları ışığında kısmen doğru olabileceği iddia edilebilecekse de, görece çok daha öncelerde rastlanan kimi gelişmeler bu “iddialı” iddiayı destekler niteliktedir.

Örneğin, savaş alanında rastlanan ilk fotoğrafçı/foto muhabiri olarak genelde 1855'te Kırım Savaşı'nda bulunan ünlü fotoğrafçı Roger Fenton'un ismi zikredilir. Burada ilginç bir ayrıntı var: Fenton, bu savaşa *gitmemiştir; gönderilmiştir*.⁴ Dahası, Britanya İmparatorluğu'nun tahtla bağlantılı resmi görev yapan tek hükümdar eşi olan Prens Albert'in (Kraliçe Victoria'nın eşidir) özel emriyle Kırım'a gönderilen Fenton'un gönderiliş nedeni de

⁴ Susan Sontag, *Başkalarının Acısına Bakmak*, Çev. Osman Akinhay, İstanbul, Agora, 2004, s. 47-48. ayrıca bkz. “Roger Fenton” maddesi, *Wikipedia* <http://en.wikipedia.org/wiki/Roger_Fenton> (erişim tarihi 5 Haziran 2007).

dikkat çekicidir. Özellikle *The Times* gazetesinde savaşın gidişatı konusunda yapılan yayınlar nedeniyle kamuoyunda artan tepkileri halkı “doğru bilgilendirerek” dindirmek! Günümüz jargonuyla “CNN etkisi” ucuna savrulma riski olan durumu yine aynı yolla (“olay yerinden bildiren” muhabir vasıtasıyla!) “rıza imalat” etmeye çeviren bir girişim.

Tek yönlü salınım ilişkisine dönüşüveren bu tip uygulamaların en karmaşık, en ilginç örneği belki de İspanya İç Savaşı’dır. Kayıtlara “modern anlamda tanıklık edilen (‘gözetlenen’) ilk savaş...”⁵ olarak geçen dünya çapındaki bu “ulusal” iç savaşın taraflarının “doğal” olarak en çok önem verdiği konulardan birisi de “halkla ilişkiler” çalışmalarıydı. İkinci Dünya Savaşı öncesi son prova niteliğindeki bu savaşta tarafların önemli dertlerinden birisi de dünya kamuoyunun desteğini almak, kendilerine gönül verenlerin gönlünü kazanmaktı. Yine doğal olarak medya da bu anlamda ciddi ve kritik bir önem ve işlev kazanmıştı. Dahası, savaşa dünyanın dört bir köşesinden “aktivist” olarak gelen gazetecilerin önemli bir kısmının da çeşitli taraflar lehine casusluk hizmetlerinde bulunduğu da bilinmektedir.

Propaganda demişken günümüzde yeni sulara yelken açarak işlevini sürdüren Soğuk Savaş’ın ünlü radyosu *Radio Free Europe*’dan bahsetmemek olmaz.⁶ Kuşkusuz “rıza imalatı” saikiyle gelişmeler hakkında yeterli bilgiye ulaşması engellenen Doğu Bloku kamuoyuna “tarafsız” haber alma gibi en temel demokratik hakkını sunmak için ABD Senatosu tarafından kurulan bu radyonun Doğu Bloku’nun (haklı veya haksız bir şekilde) içten çökertilmesinde yani başka türlü bir rıza imal etmede oynadığı rol nasıl görmezden gelinebilir ki. Nitekim, Sovyetler Birliği coğrafyasına yayın yapmak için kurulan *Radio Liberty* ile 1976’da birleşen *Radio Free Europe*’un bu büyük başarısı dönemin yeni Çekoslovak yönetimi tarafından (ki, ilk merkez Münih’ten 1950’de yapılan ilk yayın da Çekoslovakya’yaydı!) şükranlarının bir göstergesi olarak ödüllendirilmiş ve eski rejimin Prag’daki Parlamento binası kendisine tahsis edilen Radyo da 1995’ten itibaren haber alma hakkı engellenen başka halklara da hizmet etmeye başlamıştır. İlginç olan, Radyo’nun ilgi ve yayın alanının (ve yayın dillerinin) Sovyetlerin çökmesi sonucunda öncelikleri değişen ve Büyük Ortadoğu Projesi’ni ve çeşitli savaşları yürüten ABD’nin dış politikasına paralel bir seyir izlemesidir: 1998’de *Radio Free Iraq* ve Farsça yayın yapan *Radio Farda*, 1999’da Kosova ve 2002’de de *Radio Free Afghanistan* kurulmuştur vs. ABD, böylece, Kuzey Afrika,

⁵ Sontag, *Başkalarının Acısına Bakmak*, s. 20.

⁶ Propaganda-radyo bağlantısının ciddiyetini anlatmak için özellikle (sıcak ya da soğuk) savaş dönemlerindeki pratiklerden yola çıkarak Açık Deniz’den yapılacak her türlü “korsan” radyo yayınının pozitif uluslararası hukukta kesin bir şekilde yasaklanmış olduğunu kaydetmek bile ziyadesiyle yeterlidir.

Ortadoğu ve Orta Asya halklarının tarafsız haber alma haklarına karşı insanlık görevini yerine getirmeye başlamıştır.⁷

Bu tip yayınların uluslararası politikada artan önemini son dönemde en iyi gösteren şey ise Latin Amerika'nın Telesur, Ortadoğu'nun ("İslam Dünyası'nın) El Cezire gibi medya kuruluşlarıyla Batı'nın "tarafsız" ve "saygın" kuruluşlarının karşısına yine "tarafsız" ve "saygın" organlarla çıkmasıdır.⁸ İster "rızanın imalatı" riskine karşı gardını almak olarak tanımlansın (ve selamlansın?) isterse de yeni bir "rıza imalatı" girişimi olarak adlandırılınsın, Batı-dışı dünyanın da artan teknolojik imkânları kendi lehine (ama aynı amaçlarla!) kullanmaya başladığı aşikâr. İhtiyaç olan bu mu, o tamamen ayrı bir tartışma konusu.

Yine de, medya-siyaset-propaganda ilişkisinin yeni bir veçheye büründüğünü en iyi/çarpıcı şekilde gösterense 2003'teki Irak işgalinin özellikle ilk döneminde gündeme gelen "iliştirilmiş gazeteci/*embedded journalist*" kavramı olsa gerekir.⁹ ABD ve İngiltere askerleriyle birlikte hareket eden ve savaş alanından onlarla birlikte (onların korumasında!) haber yapan gazeteciler belki de söylendiği şekliyle hiç olmamış olan o ünlü davranış kurallarını (*code of conduct*!) hemen değiştirmişler ve yeni haliyle içselleştirmişlerdir. Böylece, medyokrazi borsasının zirve yaptığı anı (şimdilik?) işaret eden de "savaşan askerlerin ve savaş stratejisinin güvenliğini sağlamak" amaçlı kontrolden-geçmiş-haber-yapma pratiğidir. Bunu sadece kendi kamuoylarının gereksiz söylenmelerini engellemek ve toplumun morallerini yüksek tutmak amaçlı bir manevra olduğunu düşünmek çok eksik olacaktır. Zira, yine "ahir zaman" medya politikasının en önemli ayaklarından biri de elinde heder oldukları yanlış yöneticilerinden kurtarılmayı bekleyen halkların kalbini ve beynini fethetmektir. Sahi, son dönemde Afganistan ve Irak işgallerinde çok sık duymaya alıştığımız bu ülke halklarının (kendi ve dünya kamuoylarının) "kalbini ve beynini kazanma" teranesi rızayı imal etmenin diplomatik ifadesinden başka ne olabilir ki?

⁷ İlgili bilgiler için Radyo'nun resmi sitesine bakılabilir: <www.rferl.org>, son erişim tarihi 4 Haziran 2007.

⁸ Hatta, özellikle İran'ın girişimleriyle İslam Konferansı Örgütü'ne bağlı Uluslararası İslami Haber Ajansı'nın (IINA) güçlendirilmesi yönünde son dönemde ortaya çıkan irade, haber ajansları vasıtasıyla "medya politikaları"na dâhil olma görüşünün yeni bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bkz. "İKÖ'de Enformasyon Toplantısı", TRT Haber, 14.06.2006 <www.trt.net.tr/www/trt/hdevam.aspx?hid=159087&k=2>, (erişim tarihi 1 Haziran 2007).

⁹ Medyanın rıza imal etmedeki rolünün ifşa edildiği güncel ve çarpıcı bir örnek de yine 2003 Irak işgaline giden süreçte yaşanmıştır. BBC'den A. Gilligan'a Irak'ın Kitle İmha Silahları'nı 45 dakikada ateşleyebilecek kapasitesi olduğu şeklindeki bilginin aslında dezenformasyondan ibaret olduğunu (raporu "seksileştirmek" için imal edildiğini) sızdıran David Kelly'nin başına gelenlerdir. Lord Hutton tarafından yürütülen soruşturmada "yürüyüş yaptığı ormanlık alanda intihar ettiği"ne hükmedilen Kelly'nin ölüm nedeni hala tartışma konusudur. Gelişmeler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_depth/uk/2003/david_kelly_inquiry/> son erişim tarihi 8 Haziran 2007. Soruşturmanın resmi sayfası için bkz. <www.the-hutton-inquiry.org.uk> (erişim tarihi 8 Haziran 2007).

Kısacası, medyanın “halkı doğru bilgilendirme” işlevini en azından mızrak çuvala sığana kadar “halkı ikna etme (rızanın imalatı)” şeklinde kullandığı, hatta bunun “CNN etkisi” denen sürece dönüşme riski olduğu durumlarda da sahip olduğu ciddi manipülasyon, mobilizasyon ve dönüşüm kapasitesiyle bir şekilde (çuvalı büyüterek!) süreci kontrol edebildiğini yani gelişmeleri bir şekilde rızayı imal etmeye tahvil edebildiğini söylemek olanaklıdır. Bu arada, saflaşmanın hatta cepheleşmenin olduğu ortamlarda tarafların kamuoylarının da buna ziyadesiyle teşne olduğu da ıskalanmamalı.¹⁰

8.

Böylece örneklenen medya-siyaset ilişkisi ve bu bağlamda “rızanın neredeyse her durumda bir şekilde -ya da eninde sonunda, ya da son tahlilde- imal edilmesiyle sonuçlanan tek yönlü salınım ilişkisini bir başka açıdan tartışmak için belki de Jürgen Habermas’ın “iletişimsel eylem kuramı”na müracaat edilebilir.¹¹ Malum, Habermas, katılımcı/müzakereci demokrasiyi öngören ve işin aslı neredeyse ancak laboratuvar koşullarında mümkün/uygulanabilir görünen kuramında, kanaatlerin oluşmasında ihtiyaç duyulan (“objektif”) bilgilerin kişilere, *inter alia*, medya yoluyla geleceğini/geldiğini varsayar. Yani, kitle iletişim araçları insanların müzakere etmeleri için gerekli altyapıyı sağlamakta ihtiyaç duyduğu en önemli kaynaklardandır. Bu görüşten yola çıkan yaklaşımların öngördüğü “ideal” sistem, pek tabii ki çeşitlenen haber kaynaklarının sağladığı her türlü habere erişebilme yani tekil anlamda her biri sübjektif olmakla birlikte sağlanan çeşitliliğin/çoğulculuğun getirdiği bir etraflıca bilgilenme durumudur. Yoksa, herhangi bir tekil haber kaynağının, iletişim kanalının “objektif” haber verme durumunda olduğunun ya da olabileceğinin varsayılabilirliğini söylemek Habermas bir yana bütün Frankfurt Okulu’na hakaret sayılmalıdır.

Yalnız, tam da bu noktada, en azından günümüz itibariyle bu konuda da ciddi sıkıntılar yaşandığını göz ardı etmemek gerek sanki. Evet, medyada bir tekelleşmeden bahsetmek en azından iktisatçıların klasik tarifleri itibariyle neredeyse olanaksızdır. Farklı kurumsal/maddi yapılara sahip çeşitli medya kurumları mevcuttur. Yalnız, ortada yine bir tekelleşme vardı ki bunu *zihniyet tekelleşmesi* olarak adlandırmak pekâlâ mümkündür. En başta, geniş ve özellikle de küresel erişimli medya faaliyeti yürütebilmenin ciddi bir sermaye (ya da resmi kanallarda olduğu gibi kurumsal yapılanma) istediği açık olduğuna göre, tekyanlı haberciliğin neredeyse haberciliğe içkin olduğunu not etmeli. Özellikle dünya

¹⁰ Tabii bir de piyasacı medyanın “görüntü/ımağ her şeydir” pompalamasının kamuoyuyla el ele vererek yarattığı “gösteri toplumu”nun gerekleri de atlanmamalı. İlgili çok önemli bir inceleme için bkz. Guy Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, Çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı, 1996.

¹¹ Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı*, Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul, Kambal, 2001.

ölçeğinde düşünülduğünde, bu durumun vahameti Batılı haber kaynaklarının sahip olduğu ve iktisadi, beşeri, psikolojik vb. imkânların da etkisiyle gittikçe kökleşen üstünlüğün küresel ölçekte bir zihniyet tekelleşmesi getirmesiyle artmaktadır. Buna küresel neo-liberal dönüşüm sonucu medya gruplarının hem uluslararası ölçekte hem de neredeyse tüm ulusal ölçeklerde gittikçe kemikleşen birkaç farklı elde toplanıyor oluşunun getirdiği "kaçınılmaz" birörnekleşmeyi de eklemek gerek. Nihayet, artan küresel sorunlar bir yandan insanlığın ortak konular etrafında dayanışması gibi "olumlu" sonuçlar getirse de sair sorunların önemlerini/kayda değerliklerini ("haber değerlerini") büyük ölçüde kaybetmesi sonucunu da getirmektedir. Tüm bunlarınsa zaten tek taraflı salınım ilişkisi çerçevesinde işleyen medyayı neredeyse kerameti kendinden menkul küresel bir aktör/figür(an) haline getirdiği açıktır.

Bu çerçevede, medyanın siyasetle bir karşılıklı-bağımlılık ilişkisi içinde olduğu yaygın tespitini anmakta yarar var. Bir yandan tanım gereği yani piyasa aktörü olması gereği sansasyon peşinde koşan medyanın diğer yandan da varlığını ve etkisini sürdürmek için siyasetle ve/veya siyasi aktörlerle "karşılıklı saygı"ya dayanan ilişkisini korumaya özen göstermesi elzem. Medyayla resmi muhatapları arasındaki maddi-manevi karşılıklı bağımlılık iki yönlü olarak kısaca şöyle tanımlanabilir:

Olaya resmi çevreler açısından bakıldığında, daha önce de vurgulandığı gibi, rıza imal etmede ("olayları kamuoyunun bilgisine sunmada") medya ve medya mensupları kritik bir konuma/işleve/role sahiptir ve bu çoğu durumda bilgi sızdırma, bilgilendirme, kimi kritik konuların önden gayrı resmi kanallarla tartışılmasını sağlayarak (örneğin, Washington'dan bildirerek) kamuoyunun nabzını yoklama vb. yöntemlerle olmaktadır. Öyle ki, "hassas" konularda faaliyet gösteren birçok ulusal ve uluslararası kurumun halkla ilişkiler-PR (çoğu yerdeki yeni adıyla *public diplomacy*!) departmanları artık örgütlenme yapısı içerisinde en önemli birkaç ana organdan biri haline gelmiştir. Bunun sadece kamuoyunu doğru bilgilendirme amaçlı olduğunu düşünmek herhalde pek doğru olmayacaktır. Medya ayağını iyi kullanamayan devletlerin, uluslararası örgütlerin ve NGO'ların başarılı olması, kabul edilmesi, görülmesi, varolması neredeyse imkânsızdır.

Medya açısından düşünülduğünde de benzer bir durum söz konusu: Örneğin "X kurumunun nabzını çok iyi tutuyor olmak" –mesleki / profesyonel önemini yadsımadan ya da tam da bu nedenle söylemek gerekirse- medyanın resmi çevrelere bağımlılığını ve bu ilişkiye kökten riske edecek tutum ve davranışlar içine girmeme düşüncesini yaratan ve besleyen en önemli faktörlerden olsa gerektir. Bir dahaki sefere aynı kanalları kullanabilmek ne de olsa o kanalları "hoyrat"/ "bilinçsizce" kullanmamakla olanaklı olmaktadır çoğu durumda. Medyanın gerek farklı odaklara sahip olmaları nedeniyle gerekse de sansasyonel haber yapma saikiyle farklı haber yapma imkanı, niyeti, hedefi, isteği, cüreti her zaman varit olsa da gü-

nümüzde iyice keskinleşen ve belirginleşen zihniyet tekelleşmesi bunu yine çoğu durumda "imkansız" kılmaktadır. Kaldı ki, özellikle dış politikada "ulusal çıkar"¹² çerçevesinde tanımlanan (özellikle de kırmızı çizgili olanlarda) medyanın siyasi karar alıcılarla bir sürtüşmeye yol açmamak bir yana bu kararların halka anlatılmasını ve uygulanmasını kolaylaştıracak bir tutum aldığı/alacağı da görülmektedir. Nitekim, yakın dönemde 1 Mart Tezkeresi olarak bilinen konuda Türkiye medyasının tutumunu analiz eden bir araştırmanın da gösterdiği gibi,¹³ medyanın ağırlıklı tavrı konuyu bir şekilde tanımlanan ve belirlenen ulusal çıkar çerçevesinde benimsetme ("rızanın imalatı") şeklinde olmuştur. Öyle ki, konuyu tartışan haber ve özellikle de yorumların önemli bir kısmı aslında bir tartışma değil tartışmama (ya da tartışımış gibi yapma) şeklinde kaleme alınmış ve bir yerlerde alınan kararın yerindeliğini, doğruluğunu, kaçınılmazlığını, tartışılmazlığını ilan etmiştir.¹⁴

Kısacası, her ne kadar medyanın haberlerde ve yorumlarda hassas bir denge tutturma konusundaki hassasiyeti muhtemelen bu kaba genellemeleri de aşan bir karmaşıklığa sahip olsa da, karar alıcılarla ilişkilerin hele "ulusal" dış politikanın söz konusu olduğu alanlarda iyi tutulması göz ardı edilmemesi gereken bir öneme sahiptir.

9.

Akademik medyayla ilişkisine geçmeden önce ilgili bir genel tartışmaya kısaca değinmekte yarar var: Halk/kamuoyu/okuyucu çok çarpıcı aktüel gelişmeler dışında uluslararası ilişkilerle ilgili haber ve yorumlara ilgi gösteriyor mu?

Çok yaygın bir şekilde dile getirilen ve aslında olumsuz yanıtı işaret eder şekilde formüle edilen bu soru bir parça sorgulamaya muhtaç. En başta, üniversite çevrelerinden bürokrasiye, diplomatik çevrelerden iş dünyasına kadar birçok kesimin bu konularla ilgilendiği ortada. Yani, medyanın en sarsılmaz barometrelerinden "piyasa" açısından bakıldığında uluslararası ilişkiler haberlerinin ciddi bir "alıcı"sı olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu durum, özellikle dış politika "ilgi/manevra" alanlarında güneşin hiç batmadığı ülkeler açısından düşünüldüğünde açıktır. Gerçekten de dünyanın neresinde bir uluslararası, bölgesel hatta yerel mesele olsa bunu dış politikasını ilgilendiren bir konu olarak görebilecek devletlerde faaliyet gösteren medya kuruluşlarının haber yapma sahası da o derece geniştir. (bkz. özellikle CNN, BBC). Diğer yandan, artan küreselleşmeyle dünyanın küçük bir köy haline gelmesi de uluslararası gelişmeleri takip edilmeye değer kılmıştır. Bunu özellikle te-

¹² "Ulusal çıkar" hakkında ayrıntılı bir tartışma için bkz. İlhan Uzgel, *Ulusal Çıkar ve Dış Politika*, Ankara, İmge, 2004.

¹³ Cem Deveci ve Beybin Kejanlıoğlu, "Türk Medyasında Irak Savaşı: Etik/ Eleştirel Perspektifi Yitirmek." *Ülkü Doğanay (der.), Savaşın Yüzleri/Uzlaşmanın Aşamaları*, Ankara, Ankara Üniversitesi, 2004, s. 119-144.

¹⁴ Deveci ve Kejanlıoğlu, "Türk Medyasında Irak Savaşı", 143.

tikleyen de iklim değişikliği, neo-liberal politikalar, açlık, yoksulluk, savaşlar, güvenlik sorunları, insan hakları vb. küresel sorunlardaki artış ve bunun tüm insanları eşit şekilde tehdit ediyor hale gelmesidir (aynı tehdit, bunların dışında kalan küresel meselelerin sorundan sayılmıyor hale gelmesi şeklinde de kendini hissettirmektedir). Nihayet, başlarken Kadir Cangızbay'ın tespiti üzerinden tartışıldığı gibi, uluslararası meseleler (önceleri değilse de artık?) "insan[ın] aslında kendisini de kapsayan, kendisinin de içinde yer/rol aldığı bir oyun..."¹⁵ haline gelmiştir. Sonuç olarak, "halk ilgi göstermiyor" klişesinin kısmen doğru olsa da çok da anlamlı olmadığı söylenebilir.¹⁶ Kısmen doğru, çünkü, ya da ama, bu hemen hemen her politik haber (ya da magazin-olmayan-haber) için geçerli aslında; yani uluslararası ilişkiler haberlerinin bu anlamda ciddi bir özgünlüğü yok (hatta bir kültür-sanat vb. konulara göre dış politika haberlerinin -hem de gittikçe artan- daha fazla takipçisi olduğu bile söylenebilir).

10.

"Akademisyenler medyada görünmeli mi? Hayırsa niçin, evetse neden ve nasıl?"

Uluslararası ilişkiler konusunda gittikçe daha fazla haber ve yoruma yer vermek durumunda kalan medyanın konunun uzmanlarına başvurması da kaçınılmaz. Çünkü, hem öyle güncel gelişmeler var ki tarihsel anlamları/önemleri bilirkişilere danışmadan yorumlanamaz hem de öyle tarihsel olaylar var ki bilirkişilere danışmadan günümüze etkisi fark edilemez. Medya da bu sorumluluğunu doğal olarak göz ardı edemez; hatta iyi de olur.

Akademisyenlere gelince, hem bildiklerini öğrencileri ve meslektaşları dışındaki çevrelerle de paylaşmak, hem uzmanlıkları ışığında aktüel meseleler konusunda beliren ihtiyaca yanıt vermek hem de fikirlerinin yerindeliliğini ve makullüğünü biçem ve içerik açısından test etme imkânına sahip olmak açısından medyada yer almayı düşünmektedirler.

Bilindiği gibi, basın-yayın organlarının sayısının artmasının da etkisiyle çeşitli vesilelerle medyaya çıkan akademisyen sayısının her geçen gün artması çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bunun doğal-istenesi, gerekli-zorunlu bir durum olduğu görüşüne karşın özelden akademisyenlerin genelde de akademinin bundan zarar gördüğü çünkü aktüaliteye paralel ilerleyen medyanın ister istemez bir yüzeysellik getirdiği ve ödün veremeye sonuçlandığı da ileri sürülmektedir.

Açıkçası, bu konuda doğru-yanlış, iyi-kötü gibi genel, kategorik bir yanıtın olduğunu söylemek pek mantıklı gözükmemektedir. Hemen

¹⁵ Cangızbay, "Bilgi Toplumu'na Bilgiden Yana Reddiye", s. 106.

¹⁶ Bu arada, belki de bu yaygın klişeden daha fazla üstünde düşünmeyi hak eden şöyle sorular da akla gelmiyor değil: "halk belki de göz yumuyor, bilmek istemiyor ve hatta kaçıyor".

yukarıda belirtildiği gibi, aktüel bir olayın yorumlanmasında tarihsel, siyasal, hukuksal, ekonomik, kültürel vb. arkaplana dair bilgilere yaslanılması durumunda akademisyenlerin medyada görünmesi konusundaki çekincelerin ve endişelerin ciddi ölçüde giderileceği açıktır. Bu hem bu alandaki ihtiyaç yadsınamayacak boyutta olduğu için böyledir hem de akademinin toplumdaki soyutlanmasının önüne geçeceği için -ki, akademisyenlerin de bu tür bir ilişkiye en az toplum kadar ihtiyacı olduğu rahatlıkla söylenebilir!

Ancak, medyanın ilke, hedef, amaç ve yöntemleriyle akademininkiler arasında bir fark olduğu da muhakkaktır. Burada söylenmek istenen birisinin diğerinden daha değerli-iyi/değersiz-kötü olduğu zınhar değildir. Sorun, medyanın çarpıcı, ilgiyi dağıtmayıcı, vurucu, kısa ve öz yorum ihtiyacına akademinin klasik kuralları çerçevesinde ayak uydurmasının pek de kolay olmaması ve bu nedenle de medyada görünmenin gereklerine uymak isteyen akademisyenlerin "iş"lerinin gereğinden "taviz verme" durumuna düşme riskiyle karşı karşıya kalmasıdır (-ki, akademinin "kuru", bilimsel, teknik yorumlarına ayak uyduran bir medya da muhtemelen kendi ilkelerinden feragat etmiş olacaktır!). Elbette bunları kategorik tespitler (önyargılar?) olarak düşünmemek gerektir, çünkü aksini ispatlayan örneklerin sayısı da az değildir.

Özcesi, burada tartışılan medyanın tâbi olduğu piyasa kurallarının endişe verici etkileriyle düşüncelerini paylaşarak topluma ulaşma (ve belki ayrıca da popüler olma?) saikinin çekiciliği arasında gidip gelen etik bir sorundur. Yani, genel kanılardan ziyade bir anlamda herkesin kendi kararını vereceği ve belki daha da önemlisi ancak her bir somut durumun kendi koşulları üzerinden tartışılmayı ve yargılanmayı hak ettiği bir durumdur. Bu soruya verilecek yanıt, her geçen gün artan "önüne gelen de dış politika yorumu yapıyor canım" şikâyeti-ne/serzenişine de verilmiş sayılacaktır aslında, çünkü şu içinde bulunduğumuz "birakınız yapsınlar çağı"nda "görünmez el" in dengeyi tutturmada göz önüne almadan yapamayacağı bir "seviye" inşa etmek de -her durumda medyada birçok uluslararası ilişkiler akademisyeni de yer aldığına göre- yine bu camianın elindedir.

11.

Bu bağlamda akla gelen bağlantılı bir diğer konuya da kısaca değinmek ve teorik tartışmaların yapıldığı bölümde değinilen "rızanın imalatı-CNN etkisi" kavramları açısından akademinin durumuna bakmak yerinde olacaktır.

Apaçık ki, medyada tartışılan konulara katkıda bulunmak kişinin niyetinden bağımsız olarak bu tür (yan) etkilere neden olabilir. Ya da böyle bir duruma bile isteye neden olunabilir. Burada böylesi sübjektif (ve de

riskli?) bir sorunun yanıtını aramak ne mantıklı ne de akıllıca olacaktır ama şöyle dolaylı bir sorunun yanıtı ve olası etkileri pekâlâ irdelenebilir sanki: Gündemdeki konuların bu kadar belirleyici/hakim/ön planda olduğu bir ortamda sadece bu konuların nasıl tartışıldığı değil bir anlamda onlar pahasına göz ardı edilen, önemsiz kabul edilen konuların belirlenmesinde/seçilmesinde (çoğu durumda öznesi belirsiz?) nasıl bir sürecin ve hangi saiklerin rol oynadığı da tartışmaya muhtaç değil midir? Ve bunun tamamıyla "masum" olduğunu daha doğrusu en azından uluslararası ilişkiler alanında çalışmalar yapanlar açısından makul görülebilir olduğunu gönül rahatlığıyla söylemek ne kadar olanaklıdır. Nihayet, medyanın habere konu olacak gelişmeleri seçerken "haber değeri" taşıdığını düşündüklerini ön plana çıkarması sürecinin kendisi başlı başına bir "rıza imalatı" şekli değil midir?

Türkiye'de yayınlanan gazetelerin diplomasi haberlerini verişi şeklini analiz etmeyi hedefleyen Medya İzleme Grubu çalışmasının bulgularının Türkiye örneğinde gösterdiği gibi, dünyanın kimi bölgeleriyle ilgili "önemli" gelişmelerin haber, yorum ve tartışma konusu olması için aşması gereken badireler besbelli ki başka bölgelerdeki görece "sıradan" gelişmelerle karşılaştırılamayacak kadar çoktur.¹⁷ Bu seçiciliğin nedenleri elbette bu yazının sınırlarını ve kapasitesini çok aşar ama kesin olan bir şey varsa o da haber/gündem seçiminde öznesi belirsiz bir iradenin ciddi anlamda belirleyici olduğu ve akademisyenlerin de kendi paylarına bunda rolü olduğudur.

Tam da bu noktada, Türkiye özelinde özellikle gelişmemiş ülke akademisyenlerinin ve aydınlarının muzdarip olduğu önemli bir sıkıntıya da işaret etmek yerinde olacaktır: Türkiye ve benzeri ülke medyalarının ve aydınlarının ilgileri belki de kaçınılmaz olarak ülke içinde yaşanan yoğun sorunlara kanalize oluyor. Uluslararası boyutu kimi durumda hiç denecek kadar az olan siyasi sorunlara "anlaşılır" nedenlerle ("toplumsal sorumluluk" kaygısıyla) yoğunlaşan akademisyenler de Türkiye'nin dış politika sorunları dışında kalan dünya gelişmelerine ayıracak zamanlarından kısmak durumunda kalabiliyorlar. Buna, yukarıda da belirtildiği gibi, Türkiye'nin geleneksel ilgi alanının en fazla -o da ancak kimi durumlarda- Osmanlı coğrafyasıyla sınırlı olmasının medya ve kamuoyu beklentilerini etkilemesinin etkisini de eklemek gerek. Dolayısıyla, medyada, iki tarafın da katkısıyla "önemli" ve güncel küresel sorunlar ve klasik ve aktüel Türk Dış Politikası konuları dışında haber, yorum, tartışma yapma imkânı büyük ölçüde budanmakta, belli konuların tartışılması da en azından göz ardı edilenlerin önemsizleştirilmesi ve "önemli"/seçilmiş konuların da ancak belli parametreler çerçevesinde tartışılmasıyla bir rıza imalatına yol açma riskini doğurmaktadır.

¹⁷ Erdem Denk, "Sunuş", Erdem Denk (der.), *Medya Analizi: Türk Basınında Dış Politika (1 Nisan-30 Haziran 2006)*, Ankara, ATAUM, 2007, s. 5.