

11 EYLÜL GAZETECİLİĞİ: YENİ NORMALLERE DOĞRU

Suat SUNGUR*

Özet

Büyük krizler, savaşlar medyanın sınav dönemleridir. Amerikan gazeteciliği, tekelleşmiş sermaye gazeteciliği 11 Eylül sınavında sınıfta kaldı. Özellikle Irak Savaşı'nın hazırlık aşamasında 11 Eylül'ün özel koşulları gazetecilik ilkelerini gölgeledi. Bu dönem olayın nedenini sormanın, saldırıların nedeni hakkında değişik yorumlar yapmanın vatan hainliği ve marjinalite sayıldığı çok özel bir dönemdi. Bir başka deyişle 11 Eylül'de medya olağanüstü koşulların gazeteciliğini sergiledi. Amerika'nın önde gelen gazeteci ve gazete yöneticilerinin yukarıda bahsi geçen reaksiyonları aslında 11 Eylül'ün gazetecilik normlarının ilanıdır. Bu normları tarihin reddi, duruma göre tarihin yeniden yazılması, duyguların manipülasyonu diye tanımlamak mümkündür. 11 Eylül ikliminde Irak Savaşı 'korku' ve 'yalan' üzerine inşa edildi. Medya, 'Saddam Hüseyin-El Kaide' bağlantısını, 'Saddam Hüseyin-kitle imha silahları'nı, 'Saddam Hüseyin-İslami terör' temalarını sistemli bir biçimde kullanarak Irak Savaşı'na hazırlık sürecinin taşeronluğunu yaptı. Sinmiş kitlelere yalan söylemek oldukça kolaydır: Haberin çarpıtılması, gerçeğin hasır altı edilmesi, kelime oyunları ile şaşkırtma, sersemletme, sürekli mesaj bombardımanı ile halkı hükümetin belirlediği hedefe kilitleme... Bunlar tarih boyunca siyasetle birlikte boy atıp serpilerek ancak öte yanda unsurları eksik olan habere 'haber' demek mümkün değildir. 11 Eylül ve Irak Savaşı'nda Amerikan medyası doğru soruları sormadığı için habercilik değil, bir tür algılatma yaptı.

Anahtar sözcükler: Gazetecilik, 11 Eylül, savaş.

Abstract: 9/11 Journalism: Towards To The New Normals

In this text, it is mentioned that strating from the preparation phase to the end American media had left it's essential function in Iraq War and take on to market the war. The extraordinary times is the examination times for media. In extraordinary times the biggest success for media is to pass the 'could i catch the truth?' examination. Unfortunately American journalism could not pass that exam. Especially during the preparation phase of the Iraq War, 9/11's special conditions put in the shade the principles of journalism. In other words, in 9/11 American media presented extraordinary times journalism. However, according to outstanding journalists and media administrators these reactions were the decleration of the new journalism norms. It is possible to accept these norms as refusing the history, writing the history according to the new conditions, exploitation of the feelings. Iraq War was built up on lies and fears. To target the public with to distort the news, keep in secret the reality, confuse with playing with words, bombard with messages... These are the common tactics that were presented in every era of the history. However it is not possible to say a news which is missing the targets.

Key words: Journalism, war, 9/11.

GİRİŞ

Savaş ilanı bir toplum adına alınan en önemli kararlardan biridir. Sonuçları gelecek

* Öğr. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema A.B.D.

kuşakları derinden etkileyeceği için belki de en önemli karardır. Teorik olarak demokrasilerde savaş kararlarını toplumun gündeminden kaçırmak, savaşı bir takım yalanlar üzerine inşa etmek mümkün değildir. Bu yolu denemek isteyen yönetimler, liderler çıkabilir ama demokrasilerin denetleme mekanizmaları bu yolu denemek isteyenlerin işini zorlaştırır, hatta engeller. İşlevini yerine getirdiği sürece medya demokrasilerde hatırı sayılır bir denetleme aracı, asli görevinden şaşmadığı sürece demokrasinin vazgeçilmez bir unsurudur.

Bush yönetiminin 11 Eylül 2001 saldırılarından birkaç saat sonra ilan ettiği teröre karşı savaşın cephelerinden birinin Irak'ta açılacağını anlamak bütün dünya için biraz zaman aldı. Teröre karşı savaş kurgusunda Afganistan'ın bombalanması sadece bir parantezdi. Afganistan operasyonu Amerika'nın arkasına dünya kamuoyunun desteğini alarak gerçekleştirdiği bir harekattı. Irak ise çok farklıydı. Meşruiyeti, uluslararası desteği olmayan, yanlış bilgiye, gerçeği çarpıtmaya dayalı bir savaştı. Burada asıl çarpıcı olan, Afganistan Savaşı'nın demokrasi götürme söylemiyle başlamamasına rağmen dünyadan destek görmesiydi. Irak Savaşı ise demokrasi ve özgürlük söylemiyle pazarlanmaya çalışıldı ama dünyadaki demokratik kamuoyları ABD'nin "demokrasi götürme" söylemine aldırış etmedi. Bir başka deyişle Afganistan dünya kamuoyunu birleştirdi, Irak ise böldü.

Büyük krizler, savaşlar medyanın sınav dönemleridir. Amerikan gazeteciliği, tekelleşmiş sermaye gazeteciliği 11 Eylül sınavında sınıfta kaldı. Özellikle Irak Savaşı'nın hazırlık aşamasında 11 Eylül'ün özel koşulları

gazetecilik ilkelerini gölgeledi. Amerika'nın önde gelen medya eleştirmenlerinden Ben H.

Bagdikian'ın (2005) *The New Media Monopoly* başlıklı kitabında belirttiği gibi medyadaki muazzam tekelleşme, Amerika'nın yirminci yüzyıldaki ilerici, politik, sosyal ve ekonomik momentumunu değiştirdi, yirmi birinci yüzyıla yeni ve aşırı muhafazakar politikalar miras kaldı. Medya uzmanı Timothy Cook ise, bu dönem Amerikan medyası için "sadece siyasetin değil, hükümetin de parçası" ifadesini kullanır. 11 Eylül'den sonra ise Amerikan medyası hükümetin parçası olmakla kalmadı, Irak Savaşı'nın karar sürecinde de belirleyici rol oynadı. Bu durum Amerikan halkının 11 Eylül'den sonra Başkan'a, Kongre'ye, Yüksek Mahkeme'ye olan güveni artarken medya en az güvenilen kurum konumunda en alt sıralardaki yerini koruması ile daha net olarak açıklanabilir (Cook, 2007).

Irak Savaşı Ve Büyük İletişim Senaryosu

11 Eylül gazeteciliğinin kodları neydi? Resmi söylemde 11 Eylül'de "Amerika saldırıya uğramıştı." Yani 11 Eylül bir terör eylemi değil, bir saldırıydı. Saldırı kavramı da savaş ilan etmek için meşru bir gerekçe yaratıyordu. O andan itibaren haber akışı 'Amerika saldırıya uğradı' formatına yerleşti. Bir başka deyişle 11 Eylül ile ilgili haberlerin nerede, ne zaman, nasıl ve kim tarafından yapıldığına dair unsurları tamamı ama 'neden' sorusu eksikti. Bu dönem olayın nedenini sormanın, saldırıların nedeni hakkında değişik yorumlar yapmanın vatan hainliği ve marjinalite sayıldığı çok özel bir dönemdi. 11 Eylül'de medya olağanüstü koşulların gazeteciliğini sergiledi. Peki buna gazetecilik denir mi? Amerikalı bazı medya uzmanlarının belirttiği gibi "Eğer ülkenin ulusal güvenliği tehdit altındaysa, ortada bir tehlike ve trajedi varsa olağanüstü koşullar mevcut demektir." 11 Eylül'de saldırılardan birkaç dakika sonra İkiz Kuleler'e, Penta-

gon'a koşan muhabirler başarılı habercilik sergilediler, ilgi alanları şekil değiştirdi. Yayınların içeriği mükemmelleşmese de en azından muhabirler ve bazı köşe yazarları mesleğin işlevini keşfetti. 11 Eylül bu üç unsuru da içerdiğine göre gazetecilik de bu olağanüstü şartlara mı uymalıydı? 11 Eylül 2001'den sonra toplumsal refleksle evler, iş yerleri, otomobiller bayraklarla donanırken medya, bayraklı Amerika'nın dilini benimsedi. Televizyon kanallarının logolarına Amerikan bayrağı yerleştirdi. Bazı gazeteciler ekrana çıkarken ceketlerine bayrak rozetleri taktı, çünkü özel dönemin haberciliği bir bakıma "yeni normaller" in yaratılması demektir (Jamieson, Waldman, 2003). Televizyon ve gazetecilerin yöneticileri yaptıkları açıklamalarla gazetecilik mesleğindeki yeni normalleri yeni normlar gibi sunma çabasındaydılar. CNN'in genel müdürü Walter Isaacson'a göre "Kriz dönemlerinde kamuoyunun ruh haliyle ters düşen medya kuruluşları zorlanır" dı. Fox News'ın sahibi Rupert Murdoch ise 11 Eylül gazeteciliğini şöyle tanımlamaktaydı: "Vatanseverlik görevi neyi gerektiriyorsa onu yapacağız." Fox televizyonunun Afganistan Savaşı'nı izlemesi için işe aldığı tabloid kökenli gazeteci Geraldo Rivera için mesele daha da netti: Rivera, " Hayatımın hiçbir döneminde kendimi bu kadar vatansever hissetmemiştim. Bunun nedeni belki adalet için mücadele etme arzumdandır ya da sadece bir intikam duygusundan kaynaklanıyor" diyordu (Hart, Naureckas, 2002). Newsweek'in genel yayın yönetmeni Mark Whitaker "Basının bir işlevi de toplumun tepkilerine tercüman olmaktır" diyordu. Bir başka gazeteci ise, "İnsan yatak odası dedikoduları yazmak zorunda kalınca kendisiyle iftihar edemiyor. Eve gelip çocuğumla paylaşabileceğim konular değil bunlar. Şimdi oğlum bana Afganistan hakkında sorular yöneltiliyor. Yaptığım işle onur duyuyorum" şeklinde açıklamada

bulunuyordu (Page, 2002). Yazı işleri odaları işte böyle bir atmosferde müthiş bir ikilemin içine sürüklendi. Bunun adı neydi? 'Hezeyan' ile 'gerçek' arasına sıkışmışlık mı? 'Gazetecilik' mi 'hükümet sözcülüğü' mü?

Mark Danner *The New York Review of Books* dergisindeki bir yazısında o dönemde Amerikan medyasının içine düştüğü açmazı şöyle dile getiriyordu: "Çok az kişi bu savaşın nasıl başladığı ve olmayan kitle imha silahları için ülkenin neden savaşa girdiği konusu ile ilgileniyor. Bu, gerçeğin algılanması ile ilgili tavır. Daha doğrusu gerçeklerle siyasi görüşler arasındaki sınırın nerede çizildiğine dair bir tavır. Bu, Başkan Bush'un bir danışmanının *The New York Times* gazetesine verdiği demeci çağrıştırdı (Suskind, 2004). Bu danışman şunu iddia ediyordu: 'Sizin gibi tipler, yani gazeteciler ve televizyon yorumcuları, gerçeklere dayanan bir camiada yaşarlar. Yani sizler çözümlerin anlaşılabilir ve görülebilir gerçekler üzerinde sağduyuya yapılan araştırmalarla elde edileceğine inanırsınız. Dünya artık böyle çalışmıyor. Biz şimdi bir imparatorluğuz. Harekete geçince kendi gerçeklerimizi yaratırız, sizde sağduyu ile bizi izlersiniz. Sonra tekrar yeni gerçekler yaratırız, siz yine bizi izlersiniz. Olaylar artık böyle devam edecek. Biz tarihin aktörleri olacağız, sizler de bizi izlemekle yetineceksiniz" (Denner, 2005).

11 Eylül Sonrası Amerika'da Yeni Gazetecilik Normları

11 Eylül ve 'yeni gazetecilik normları'... Bunları tarihin reddi, duruma göre tarihin yeniden yazılması, duyguların manipülasyonu diye tanımlamak mümkündür. Bu normlar içinde tarihe ilişkin gerçekleri hatırlatmanın vatan hainliği gibi büyük bir vebali de vardır. Bu kural işleyince tarihe de sansür gelir. Olayları geçmişle irtibatlandırıp açıkla-

mak isteyen siyasetbilimci ve tarihçiler bir köşede kalırlar (Atikkan, 2006).

Amerika'nın önde gelen gazeteci ve gazete yöneticilerinin yukarıda bahsi geçen reaksiyonları aslında 11 Eylül'ün gazetecilik normlarının ilanınıdır. Bu normlara uyan televizyonlar haber dilinde birinci çoğul şahısa saldırırlar. Yani 'biz' deyip gelişmelerle özdeşleşirler. 11 Eylül gazeteciliğinde öncelik güvenlik kaygılarına odaklanırken gazetecilikte yeni bir görev tanımı da yapılır: "11 Eylül'den itibaren basın Amerikan ulusunu, Amerika'nın bütün kurumlarını ve liderlik kadrolarını sahiplenir. Gazeteciler hükümetle birlikte ortak bir işlevi yerine getirir. Amaç yurttaşı kenetlemek, demokrasinin ve Amerika'nın gücünü göstermek ve kurbanlarını anıtlıştırmaktır" (Jamieson, Waldman, 2003).

11 Eylül gazeteciliği habere 'tek tip, tek perspektif'i getirir. Bu durum kamuoyunda bombardıman etkisi yapan televizyon haberciliği için son derece elverişli bir iklimdir. "İslami Tehdidi anlamak, Kültürel Uğraş Olarak Gazetecilik" başlıklı makalenin yazarı Karim'e göre, "11 Eylül'de bütün Amerikan televizyonlarına sadece tek bir haber ve tek bir perspektif yansır. Televizyonlar genelde güvenlik uzmanlarına ve emekli askerlere soru yöneltir. Bu uzmanlar da saldırıların politik, sosyal ve ekonomik nedenleriyle ilgilenmezler. Bütün dikkatler anlık reaksiyonlara odaklanır. Mesele kapsamlı şekilde ele alınmaz. Amerikan medyasının genel söylemi İslami teröre indirgenir. Medya İslam, Müslümanlar ve İslam dünyası içindeki gerilimler hakkında ayrımlı bir söylem geliştiremez" (Karim, 2002).

Irak Savaşı'nın iletişim senaryosunun önemli bir başlığı da 'embedded (iliştirilmiş)' gazeteciliktir. O dönemde üç bin gazeteci, sa-

vaşı takip etmek üzere Amerikan yönetimine başvurur. Bunların yaklaşık beş yüzü 'iliştirilmiş' olarak Amerikan askeri birliklerinin koruması altında habercilik yapar. İliştirilmiş gazeteciliğe bir çeşit 'yemeli, içmeli, yatmalı tam pansiyon gazetecilik' modeli de denilebilir. Howard Tumber ve Jerry Palmer, *Media at War* (Savaşdaki Medya) adlı kitapta, 'iliştirilmiş gazeteciliği' Irak Savaşı'nın en anlamlı iletişim senaryosu olarak tanımlarlar (Tumber, Palmer, 2004) . Askere alınmış bu gazeteciler haberin öznesidirler ve haber kaynağı ile aralarındaki mesafe de ortadan kalkar.

Aslında 'iliştirilmiş gazetecilik' Bush ekibinin buluşu değildir. Yirminci yüzyılın bütün savaşlarında gazeteciler askeri birliklerin yanında olayları izlemişlerdir. Bu tam pansiyon gazeteciliğinin değişik versiyonları İkinci Dünya Savaşı'nda, Vietnam'da, Birinci Körfez Savaşı'nda (1991), Kosova'da, Afganistan'da da sergilendi ama Irak Savaşı farklı bir savaş olduğu için bu savaşın gazeteciliği de çok özeldir: Bunun nedeni ise Amerika'daki Cumhuriyetçilerin Vietnam Savaşı'nın televizyon haberciliği yüzünden kaybedildiğine inanmalarındır. O günlerden beri televizyondaki savaş görüntülerinin Amerikan halkında infial yarattığı ve bunun askeri birliklerin moralini bozduğu fikri onları hiçbir zaman terk etmez. Cumhuriyetçilere göre liberal medya ve Demokratlar, Vietnam Hezimetinden sorumludurlar. Vietnam'da yapılan hataların bir daha tekrarlamaması için Irak Savaşı'nda haberlerin daha fazla kontrol altında tutulmasını istediler. Tumber ve Palmer'a göre (2004), Irak Savaşı'ndaki iletişim senaryosunun amacı Amerikan halkının gönlünü ve aklını çelme savaşını kazanmaya odaklanırlar. Medyanın işlevi de bu savaşın kazanılmasına katkıda bulunmaktı. Nitekim Cumhuriyetçi yapı bu savaşta Amerika'da kazandı. Irak Savaşı,

medyanın en fazla ilgi duyduğu ve en gelişmiş iletişim teknolojisiyle izlediği savaş oldu ama Amerikan toplumu Irak işgalinin nedenlerini hiçbir zaman net olarak bilemedi. Dış dünyayı yakından izlemeyen, dünyada olup bitenlere zihnen ve psikolojik olarak mesafeli duran sıradan Amerikalı, Cumhuriyetçilerin Irak Savaşı'nı satma operasyonu ve medyadaki satış elemanları sayesinde Saddam Hüseyin ile El Kaide arasında bağlantı kurdu. Saddam Hüseyin ile İslami terörü irtibatlandırdı. 11 Eylül saldırılarında Saddam Hüseyin'in parmağı olduğunu düşünmeye başladı. Irak'taki kitle imha silahlarının dünyayı tehdit ettiğine inandı ve kendi güvenliği için Amerika'nın Irak'a müdahale etmesi gerektiğini gerekli ve akılcı buldu. Bir başka deyişle bu, iletişim değil, propaganda stratejisiydi. Bugün yaşanan karmaşadan Amerika'yı sorumlu tutan *İmparatorluktan Sonra Amerikan Düzeninin Yıkılışı* adlı kitabın yazarı Fransız araştırmacı Emmanuel Todd (2005), kitle imha silahları konusunda söylenen yalanlar hakkında "iyi yönetilen dinamik bir toplumun 'küçük yalanları' kaldırabileceği, düşüş sürecine girmiş toplumların ise 'büyük yalanların' peşine takılabileceği" düşüncesi ile açıklar.

Habercilik Değil 'Algılatma'

Amerikan entelektüel ve siyaset dünyası 11 Eylül'ün nedenlerini tartışmadı ama 11 Eylül'e konan teşhis gecikmedi. Resmi söylemde, medya dilinde ve toplumsal algılamada bunun adı: Kötünün iyiye saldırısıydı. Korku ortamında iyice depolitize olan toplum artık kendisine ne anlatılsa inanıyordu. Şüphesi olsa da sorgulamıyordu. Aslında 'iyinin kötüye karşı savaşı'nın ilan edildiği anda Amerika'da Irak Savaşı'nın hazırlıkları başladı. Bu kritik noktada medyanın işlevi, topumu Irak Savaşı'na hazırlamak diye tanımlandı. Söz birliği etmişçesine gazete ve televizyonların haber ve yorum ağırlığı gide-

rek Irak'a, Saddam Hüseyin'e odaklandı. 11 Eylül travması altındaki halk bu sefer Saddam Hüseyin'in elindeki kitle imha silahları ile korkutulmaya başlandı. Aslında 'korku' ve 'yalan' birbiri ile akraba olan iki kavramdır. Her toplum dehşet senaryolarıyla korkutulabilir. Sinmiş kitlelere yalan söylemek de oldukça kolaydır. 11 Eylül ikliminde Irak Savaşı 'korku' ve 'yalan' üzerine inşa edildi. Medya, 'Saddam Hüseyin-El Kaide' bağlantısını, 'Saddam Hüseyin-kitle imha silahları'nı, 'Saddam Hüseyin-İslami terör' temalarını sistemli bir biçimde kullanarak Irak Savaşı'na hazırlık sürecinin taşeronluğunu yaptı: ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell'in Irak Savaşı'nı BM'de dünya liderlerine satma görevini başaramadığı günün ardında bu savaşın medya pazarlamacıları iş başındaydı. The Wall Street Journal, "Savaş her şeyden önce Amerika'nın nefsi müdafaasıdır" diyerek savaşın haklılığını kanıtlamaya çalışırken, Amerika'nın işini zorlaştırmakla suçladığı Birleşmiş Milletler'i "Eğer BM Irak'la başa çıkamayacaksa sorumluluk almak Amerika'ya düşüyor. Birisinin nükleer ve biyolojik silah kaosunu önlemesi gerekli" diye beceriksizlikle suçluyordu. USA Today gazetesi, Dışişleri Bakanı Powell'in performansına alkış tutarken, Amerika'nın müttefikleri ile arasının açılmasını eleştiriyordu ama çizmeyi aşmıyordu: "Savaş kötü bir şey ama alternatiflerin gene de en iyisi" (Money, 2004) Amerika'nın önde gelen yerel gazetelerinden Chicago Tribune, 2 Mart 2003 tarihinde "Saddam Hüseyin'in inatçılığı ve Birleşmiş milletlerin omurgasızlığı, Irak'ın ölümcül tehdidine karşı ABD'nin askeri müdahaleden başka seçeneği kalmadığını" savundu. ABD'nin etkili gazetelerinden Washington Post da Colin Powell'in konuşmasını sahiplendi. Bush yönetimine genelde muhalefet eden The New York Times ise Irak'a müdahaleden yanaydı.

Haberin çarpıtılması, gerçeğin hasır altı edilmesi, kelime oyunları ile şaşırtma, sersemletme, sürekli mesaj bombardımanı ile halkı hükümetin belirlediği hedefe kilitleme... Bunlar tarih boyunca siyasetle birlikte boy atıp serpilerek ancak öte yanda unsurları eksik olan habere 'haber' demek mümkün değildir. 11 Eylül ve Irak Savaşı'nda Amerikan medyası doğru soruları sormadığı için habercilik değil, bir tür algılatma yapıyordu. Irak rejiminin elinde kitle imha silahları olmasa da toplum var'mış' gibi algılıyordu ve 'iyi'nin 'kötü'ye karşı savaşında 'iyi'yi temsil eden Amerika'yı eleştirmek, 'kötü'nün ekmeğine yağ sürmek şeklinde anlaşılıyordu. Aslında bir noktadan sonra 'kitle imha silahları'nın bulunup bulunmaması da pek önemli değildi. Kitle imha silahları, savaşta Amerikan kamuoyuna satmak için kullanılan bir pazarlama aracıydı. Bir başka deyişle 'gerçek' iptal olmuştu. Gerçeklerden kopunca gerçeği aydınlatan doğru sorular da sorulamadı. 11 Eylül'den Irak Savaşı'na kadar geçen bu dönemde, büyük medya İslam dünyasına ve Amerika'nın İslam dünyası ile ilişkilerine yönelik soruları üstü kapalı geçti. Bunun en sistematik örneği, ABD'nin Suudi Arabistan'la olan ilişkileriydi. 11 Eylül'ü takip eden günlerde Suudi Arabistan rejimini ve bu rejimin geçmişteki Amerikan hükümetleriyle olan ilişkisini sert bir dille eleştiren yazılar çıkmaya başladı. Sanki kısa bir süre için hedef, Suudi Arabistan'dı ama ne olduysa oldu, bu yazılar bir süre sonra bıçak gibi kesildi. Amerika'nın petrol politikası ise hiçbir zaman gündeme gelmedi. Yine aynı dönemde 80'lerde Amerikan yönetiminin Sovyetler'e karşı Afgan mücahitleri desteklemiş olması 11 Eylül gazeteciliğinin ilgi alanına pek girmedi. ABD-Afganistan-Taliban üçgeni çok sık Avrupa basınında yer almasına rağmen Amerikan halkı bombalanan

Afganistan'ın yakın tarihine ilişkin pek fazla bilgi sahibi olamadı. Amerika'nın komünizme karşı 1960'lardan itibaren Saddam Hüseyin'i desteklediğini acaba 270 milyonluk Amerika'da kaç kişi biliyordu? Saddam Hüseyin'in elindeki kimyasal ve biyolojik maddeyi Amerika'dan aldığını hatırlatmak, 11 Eylül gazeteciliğinin normlarıyla bağdaşmıyordu.

Savaşta altı ay sonra Amerikan medyası yalanın bilançosunu çıkarmaya çabalıyordu. 22 Haziran 2003 tarihli *The New York Times*'ta "Bush abartmış olabilir ama acaba yalan söyledi mi?" başlıklı yazıda 'abartılar' ve 'yalanlar' gerçeklerle yan yana sıralandı (Rosenbaum, 2003). Ortaya çıkan tablo, halkın kitle imha silahları konusunda aldatılmış olduğu ve de medyanın bu kampanyada kendisine bir baş rol kapmasıydı: Yani ortada abartı değil, düpedüz yalan vardı. Yalan ile güç kullanma güdüsü tarihte hep ele yol alır ve tıpkı kitle imha silahlarının Irak Savaşı'na teyellenmesi gibi saldırganlığa yalan kılıfı dikilir. Irak Savaşı gibi dünyanın dengesini değiştiren altüst oluşta, bir dizi yalan üzerine inşa edilen savaş kararında, medya nasıl ve neden asli görevinden feragat etti? Bütün demokrasilerde hükümetler kendi siyasetlerini satmak için kamuoyu oluşturmaya çalışır, ancak Irak Savaşı'nı satmak, önce yalanı satmak demektir. Kitle imha silahları konusunda çarpıtılmış bilgileri ısrarla gazete sayfalarına ve televizyon ekranlarına taşıyan medya yöneticileri Irak Savaşı'ndan sonra araştırmadan habercilik yaptıkları için okurlarından/izleyicilerinden özür diledilerse de, özür dileme furyası medyaya itibarını iade etmedi.

SONUÇ

Amerikan basın tarihi incelendiğinde olağanüstü koşullarda medyanın yönetimin yürümesine girdiği görülür. Ancak, 11 Eylül

ve Irak Savaşı'nın hazırlık aşamasında ABD'de sergilenen gazeteciliğin bu gelenekle bir ilgisi yoktur. Burada yeni bir yol tutulmuştur: Medya kendisini kullandırmıştır. Bu dönem gazeteciliğin hükümetin yanlarına alet edildiği bir dönemdir. Böylece Amerikan demokrasisinin denetleme ve dengeleme araçlarından biri olan medya, işlev değiştirmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki (Dündar, 2005):

Basın bir kez çizgiyi aşip ulusal davanın tarafı olduğu zaman kullanılma tehlikesi baş gösterir. Meslek ilkelerinden tavizler başlar. Çizgi bir türlü yerine oturtulamaz. Bir gazeteci 'önce ülke çıkarı, sonra mesleğim' dediği anda vatandaşlığı ile gazeteciliği arasına sıkışır kalır. 'Hangi haber ülke çıkarına, hangisi değil' hesabına girdiği anda ise onun adı resmi gazetecilik olur, gazeteci inandırıcılığını kaybeder, çünkü ülke çıkarı sandığı şey, devlet içinde kendi kişisel hatasını örtbas etmeye çalışan bir grubun çıkarı olabilir ve fark etmeden ona hizmet etme olasılığı vardır.

Medya için en büyük başarı, olağanüstü dönemlerde, ülkelerin hayati dönemeçlerinde 'doğruları yakalayabildim

mi' sınavından alın akıyla çıkabilmektir. Gazeteciliğin vatanperverliği de burada başlar ve burada biter. Sorumlu Gazeteciler Komitesi'nin Başkanı Bill Kovach'ın 2002 yılında söylediği gibi "gazetecinin vatanseverliği, kişisel çıkarlar için gizlenmeye çalışılan gerçekleri kamuoyuna açıklamasıdır." 11 Eylül'den sonra ve Irak Savaşı'na giden süreçte medya soru sormadığı için denetleme görevini yerine getirmedi. Kendisine anlatılanları araştırmadan sayfalarına ve ekrana taşıdığı için gazetecilikle halkla ilişkiler arasındaki kalın çizgi kayboldu. *The New York Times*'in okur temsilcisi Daniel Okrent, kitle imha silahlarının nasıl "kitle oyalama silahları" haline geldiğini yazdığı yazısında şöyle dile getiriyordu: "Bu savaşın haberciliği, *The Times*'in en parlak gazetecilik örneği olmadı. Nasıl olabilirdi ki, gazete haberin bir parçasıydı." Medya 'kitle oyalama silahları'yla demokrasiyi, demokratik kurumları ve tabi ki en başta kendini vurdu. Irak'ta kitle imha silahları bulunamadı ama 'kitle dezenformasyon silahları' hiç şüphesiz önce Amerikan toplumunu vurdu.

KAYNAKLAR

- Atikkan, Z. (2006). *11 Eylül Amerika'yı Nasıl Değiştirdi? Amerikan Cinneti*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bagdikian, B. H. (2005). *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Denner, M. (09.06.2005) The Secret Way to war, *The New York Review of Books*.
- Dündar, C. (2005). *Yağmurdan Sonra*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Gronke P, ve Cook T. Distaning the Media in the Post 9/11 World (www.edu/~gronkep/papers.html)
- Hart, P. H., Naureckas, J. (2002) Fox at the Front- Will Geraldo Set the Tone for Future War Coverage?. *Extra!*, Ocak-Şubat.
- Jamieson K. H. Ve Waldman, P. (2003). *The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories That Shape the Political World*. New York: Oxford University Press.
- Karim, K. H. (2002). Making the Sense of The Islamic Peril. *Journalism After September 11*, London: Routledge.
- Mooney, C. (Mart-Nisan 2004). *Columbia Journalism Review*.

- Page, C. 02.09.2002. *The Washington Post*.
- Rosenbaum, D. E.(22.06.2003). Bush May Have Exaggerated but Did He Lie?. *The New York Times*.
- Suskind, R.(17.10.2004). Without a Doubt, *The New York Times Magazine*.
- Todd, E. (2005). *İmparatorluktan Sonra Amerikan Düzeninin Yıkılışı*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Tumber, H, ve Palmer, J. (2004). *Media at War: The Iraq Crisis*, London: Sage Publications.