

**Kriz Dönüşümünde Medyadan  
Faydalanmak:  
Temel Deneyimler**

Sandra D. Melone, Georgios Terzis,  
Ozsel Belevi

# Kriz Dönüşümünde Medyadan Faydalanmak: Temel Deneyimler

**Sandra D. Melone, Georgios Terzis, Oysel Beleli**

**Sandra D. Melone**, Brüksel’de, hükümete bağlı olmayan ve tarafından 1996’da kurulan uluslararası kuruluş *European Center for Common Ground (ECCG)*’un genel müdürlüğünü yürütüyor. Şikago Üniversitesi Avrupa ve Afrika tarihi bölümleri ile Münih, Ludwig-Maximilian Üniversitesi Almanca bölümünü bitiren Sandra D. Melone, ECCG kuruluşundan önce Burundi’de *Search for Common Ground* programında çalıştı. Orada *Women’s Peace Center*’ı kurdu. Melone, uluslararası insan hakları ve kriz çözümü alanındaki temel deneyimlerinden hareket ederek aracılık, uzlaşma sağlama, görüşme ve kültürler arası iletişim konularında bir çok atölye çalışması düzenledi.

**Dr. Georgios Terzis**, European Center for Common Ground medya programları müdürlüğünü yapıyor ve aynı zamanda Brüksel Vrije Üniversitesi’nde asistan profesör. 10 yıl süreyle gazetecilik (çoğunlukla yurtdışı muhabirliği) yapan Terzis, Yunanistan, İngiltere, ABD, Hollanda ve Belçika’da gazetecilik ve kitle iletişimi dallarında okudu.

**Oysel Beleli**, Search for Common Ground, Washington, DC.’de Orta ve Güney Afrika Programı’nda çalışıyor. Georgetown Üniversitesi Walsh School of Foreign Service Uluslararası Siyasi Bilimler dalında B.Sc.diplomasını aldı.

Berghof Handbook for Conflict Transformation April 2002  
@ Berghof Research Center for Constructive Conflict Management

Contact Address:  
info@berghof-center .org  
Berghof Research Center for Constructive Conflict Management,  
Altensteinstr.48a, D-14195 Berlin, Germany. ISSN 1616-2544

*Sandra Melone, Georgios Terzis’in ve Oysel Beleli’nin Friedrich Naumann vakfı tarafından tercüme edilen makalesi „Using the Media for Conflict Transformation: The Common Ground Experience“ Berghof Handbook for Conflict Transformation’da yayınlanmıştır.*

*Friedrich Naumann vakfına tercüme için teşekkür ederiz. Friedrich Naumann vakfı belirlenen makaleyi 2002 yılında „Krizlerin Önlenmesi ve Yönetimi“ seminerin dalında çevirmişti.*

...

## II. Kriz Bölgelerinde Medya İçin Anahtar Konular

Krizlerle çalkalanan ülkelerde medyanın olası önemli rolünü ve etkilerini ayrıntılı olarak tartışmadan önce bir dizi noktanın açıklığı kavuşması gerekmektedir.

Çoğu zaman gerilim tırmanışı, bilginin eksik olduğu durumlarda yaşanmaktadır. Bulgu, bakış açısı ve görüşleri geniş yelpazede sunan değişik bilgilerin sunulması, gerilimi hafifletici bir önlem olacaktır.

Medya, barışa karşı çekimser kalamaz: Habercilik alanındakiler böyle bir iddiaya `profesyonel nesnellik'lerinin her şeyden önce geldiğine işaret ederek kesin tepki gösterebilirler. Ama, somut bir kriz üzerine nasıl bir haber yaptıklarının, okurlarının durumu algılayışını çarpıcı bir şekilde etkileyeceğinin ve dolayısıyla bağlantılı diğer gelişmeleri de yönlendirebileceğinin bilincinde olmalıdırlar. Haber medyasının özel amaçlar için denetlenip kullanılabileceği görüşünü bu, barış için bile olsa onaylamak istemesek de, gazetecilerin `çekimser' olmaları gerektiği görüşünün aşılması gerekmektedir. Sırf orada bulunması ve kriz hakkında haber vermesiyle birlikte medya, iletişim ortamına girmiş ve onun bir parçası haline gelerek çekimserliğini kaybetmiş bulunmaktadır. Bunun da ötesinde nesnellliğini bırakma ve olayları barışmaya yönelik belli bir tavırla yorumlama arasında çok ince bir çizgi bulunmaktadır. Başka kelimelerle söylersek, medyanın genelde kâr için çalışmasına ve krizin uyumdan iyi satmasına rağmen, muhabirlerin gerginliklerin artmasını önlemeye yönelik dengeli haberler yazmaları gerekir. Bu yönde ilerlemeleri, barış girişimlerine en azından tekrarlayan gerilim tırmanışlarına tüm ayrıntılarıyla ayırdıkları yer kadar yer ayırmaları, kin dolu konuşmalara karşı gelmeleri ve böylece medyanın olumsuz potansiyalini azaltmalarıyla mümkündür.

Hoşgörülü ve farklı görüşleri destekleme görevine karşı duyarlı davranan medya, bilgilendirici olduğu kadar eğlendirici de olabilir ve geniş bir okur kitlesine sahip olabilir. (Botes 1996).

Yerel kapasitelerin çalışmalarını güçlendirerek, yerel medya yapılarının üç ana konuda desteklenmesi söz konusu olabilir: Farklı seslerin yükselmesine izin veren açık bir medya kültürü yaratmak, gazetecilere profesyonel eğitim ortamı, yerel medya kurumlarına teknik donanım sağlamak. Dış aktörler bu medya girişimlerinde bulunuyor olsalar bile, eğer projenin herhangi bir başarı şansı olması isteniyorsa, gazeteciler, editörler ve teknisyenler gibi yerel aktörlerin baştan itibaren bu sürecin içine alınmaları gerekmektedir. Clements'in söylediği gibi, "...dış örgütler başka insanların sorunlarını çözemezler; çözdüklerini düşünüyorlarsa da, kendilerini kandırıyorlardır " (*bknz.* bu kitapçıkta Clements, S. 23).

## III. Kriz Dönüşümünde Medyanın Potansiyali ve Anlamı

McNair (1999, 21-22) 'ideal tip' demokratik toplumların iletişim medyası için beş işlev öneriyor. Bir, vatandaşları çevrelerinde olan bitenler üzerine bilgilendirmek. İki, kendilerini `gerçeklerin' anlamı ve önemi hakkında eğitmek. Üç, kamuoyuna siyasi tartışma ortamı için platform sunmak. Bu, karşıt görüşlerin ifade edilebileceği bir platform olmalıdır. Dört, hükümet kurumlarını ve siyasi kuruluşları kamuya açmak (muhabirliğin bekçi köpeği rolü) ve en son olarak siyasi görüşlerin savunulabilmeleri için kanal olma görevini yerine getirmek.

Dolayısıyla medya, ortak temel oluşturmak ve çeşitli etkinlikler yoluyla kriz dönüşümü koşullarını geliştirmek için geniş birikime sahiptir. Bir, doğru ve yapıcı serbest bilgi akışını sağlayarak, yanlış

anlamalara karşı gelerek, konuların ardında yatan çıkarları tesbit ederek ve bir uzlaşma sağlanmasına yardımcı olarak *bilgilendirici ve eğitici işlev* görebilirler (Manoff, 1998). Bunun içine insan hakları, iyi yönetim ilkeleri, parlamenter demokrasi ve demokratik seçimlerle ilgili bilgi sağlamak da girebilir.

İki, karşıt taraflar arasında iletişimi destekleyerek, şiddet unsurlu krizlere alternatif seçenekler geliştirerek, sıradan insanın barış istemi ve gereksinimini yansıtarak, görüşme süreçlerini seçmenlere aktararak ve süren diyaloglar için bir forum sunarak ayrıca kriz tarafları arasında *güven duyguları geliştirip aracı* olabilirler (Siebert 1998).

Üç, uzun erikli güvenilirliği sağlamak, insan hakları ihlallerini denetlemek ve daha geniş bağlamda krizin tırmanma potansiyeline karşı erken uyarıda bulunmak için liderlere karşı *bekçi köpeği* görevini yerine getirebilirler.

Bu etkinliklerin uygunluğu ve etkinliği sadece krizin türü ve aşamasına göre değil, kriz dinamiklerinde medyanın oynadığı role göre de değişir. Proje öncesi eğitiminde bu etkenlerin incelenmesi ve belirlenmesi gerekmektedir (*bknz. aşağıda*).

Kriz dönüşümünün aslında gerek toplum, gerek birey açısından zihniyetlerin dönüşümünden ibaret olduğu için toplumların yukarıdan aşağı ve aşağıdan yukarıya olmak üzere süreç kapsamına alınmaları gerekmektedir. Medyanın, en geniş halk kitlelerine ulaşabilme yolunda giriş kapısı rolünü oynayabilecek potansiyeli bulunmaktadır. (Melone 1997,188).

Yerel medyanın bu hedeflere ulaşabilmesini desteklemek için bir çok yol vardır. CG şimdiye kadar şu yaklaşımlarla çalıştı ( sözkonusu projeler ya da ülkeler parantez içinde belirtilmiştir):

#### 1. Gazeteciler ve medya sahipleri için yaklaşımlar ve hizmetler:

- Diyalog ortamının sağlanması, uzlaşma sağlanması, kültürler arası anlaşma ve işbirliği (Angola, Burundi ve Türk-Yunan projesi),
- Kızıştırıcı haber anlayışına karşı atölye çalışmaları ( Makedonya, Orta Doğu ve Sri Lanka),
- Yerel gazetecileri ve öğrencileri çeşitli medya öğelerini ve malzemeleri kullanarak kriz çözümleme yetileri üzerine eğitmek, (Angola, Burundi, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Siera Leone ve Liberya),
- Ortak medya projeleri (Türk- Yunan projesi ve Orta Doğu projesi),
- Medya sahipleri arasında buluşmalar düzenlemek (Türk-Yunan projesi),
- Düşman grupların gazetecileri arasında diyalog ve işbirliğini geliştiren radyo programları (Ruanda, Liberya).

#### 2. TV serileri yapımları:

- Toplulukları arasında farklılık yaratan insanlar üzerine belgeseller (Angola),
- Bir ülkenin sıradan insanların hayatları ve kaygılarına yakından bir bakış sunan ve ülkenin ekonomisi, politikasını ve toplumunu yeniden kurmaya yönelik başarılı çabalara özel dikkat ayıran diziler (Bosna),
- Çocuklar için günlük diziler (Makedonya, Kıbrıs),
- İnsanlar ve hükümetlerin kriz çözümlemesini nasıl başardıklarını ortaya koyan yapımlar (bütün Afrika kıtasına gönderilen diziler).

3. Tartışmalı konularda uzlaşma sağlamayı amaçlayan, siyasetten ekonomiye, kültürel konulardan kadın konusuna kadar varan konuları ele alan haftalık radyo programları (Bosna, Burundi).

4. Etnik gruplar arasında medya, eğitim ve çevre alanlarında gazete haberciliği projeleri, örneğin tartışmalı konuları bir ülkenin bütün etnik gruplarının görüşlerini dile getirerek ele almak (Makedonya).

5. Farklı siyasi kesimlerden gelen en sevilen müzisyenlerin yardımıyla barış şarkılarının kayıt edilmesi (Angola).

## IV. Medya Proje Planlamasında Gerekli Adımlar

Olumlu kriz dönüşümü için başarılı bir medya projesinin geliştirilmesinin sihirli bir reçetesi elbette yoktur. Yine de güvenilirlik, etkinlik ve sürdürülebilirlik açısından her proje için geçerli ve temel üç adım söz konusudur: Bir; proje öncesi eğitim. İki; net bir proje tasarımı. Üç; proje sonrası değerlendirme.

### IV.1 Birinci adım: Proje öncesi eğitim

Konu bütün olarak ele alınıp incelenmelidir. Yalnızca ülkenin (ya da ülkelerin) tarihlerini ve kriz dinamiklerini irdelemekle yetinilmemeli, aynı zamanda genel siyasi durum da analiz edilmelidir.

- Söz konusu ülkede hangi tür kriz hangi aşamada bulunmaktadır? Şu an, kriz çözümlemesinde medya müdahalesi için doğru zaman mı?
- Krizde medya şu ana kadar hangi rolü oynadı?
- Siyasi birimler ve sivil toplum ulusal medya ortamına bir sivil toplum örgütünün (NGO) girmesini destekler mi?
- Krizin değişik taraflarında bulunan insanların görüşleri nedir?

Medya değerlendirmesinde kapasiteler ve gereksinimlerin analizi gerekmektedir. Bir medya projesi tasarımı için ulusal medya manzarasının ve kapasitesinin değerlendirilmesi ve dış kaynaklı bir katılımın zayıf noktaları ve gereksinimleri giderebilecek güçte olup olmadığının tahlili yapılarak hazırlanmalıdır.

- Ulusal medya manzarası (ve manzaraları) ve iletişim çevreleri genelde ne durumdadır? (Bu, medya üzerinde devlet denetimi ve medya sahiplerinin araştırılması; çok yönlü ve profesyonel ve tarafsız haber medyasının olup olmadığının incelenmesini gerektirir).
- Hangi iletişim yolları kullanılabilir? Farklı medyalar için izleme oranı ne kadardır? Ve farklı medyaları takip edebilme oranı ne kadardır?
- Toplum hangi kaynaklara güvenmektedir?
- Söz konusu ülkelerde medya arası ajenda nasıl belirlenir? Hangi medya ajendayı diğerleri için belirleyebilecek kadar güçlü görülür?
- Kriz yaşanan ülkelerde bir medya girişimini gerçekleştirmek için hangi lojistik, malzeme ve insan kaynakları bulunmaktadır?
- Yapım yöntemi ne olacaktır ve yapımı kim gerçekleştirecektir?

Krizin yaradılışına ve sözkonusu alandaki kültürel coğrafyaya göre bu soruların çok farklı yanıtları ve aralarında büyük fark gösteren uygun stratejileri olacaktır. Bu da proje tasarımını ve uygulamasını doğrudan etkileyecektir.

### Örnek 1: Proje Öncesi Eğitim – Burundi’de Radyo Yapımı

Konu bütününün analizi

Ruanda’da soykırımından sonra komşu ülkelerde şiddetin tırmanışa geçmesini önlemek için bir şeyler yapılması gerektiği apaçık ortadaydı. Özellikle Burundi’nin tehlike altında olduğu düşünülüyordu. Çünkü orada Ruanda’daki soykırımından önce 200.000 insan öldürülmüştü. 1994 yılında yapılan ilk değerlendirme misyonunda CG, Burundi’de gerçekten de bir dizi barış sağlayıcı girişimin geliştiğini tesbit etti. Ancak bütün bu topluluk temelinde oluşan gruplar etnik sınırlar bünyesinde gelişmekteydiler.

Hutu ve Tutsi üyelerinin birlikte ortak hedefler için çalıştığı gruplar yoktu. Bu nedenden ötürü etnik gruplar arasındaki ilişkiyi üçlü hale getirip farklı gruplardan gelen insanların birlikte çalışabilmeleri için güvenli bir limanın kurulması gerekiyordu. Bu yönde çalışmaları başlatmak için farklı gruplar arası görüşmeler düzenleyen *BM Genel Sekreterliği Özel Temsilcisi* Büyükelçi Ahmedou Ould-Abdallah CG'yi Burundi'ye davet etti. Özellikle Ruanda deneyiminde radyonun şiddete teşvik açısından oynadığı ve durumu kızıştırıcı rolden hareket ederek medyanın, Hutularla Tutsileri biraraya getirmek için kilit görevi olduğu düşünülüyordu. Ayrıca, sokaktaki insanı dinlediğinizde, TV ekranındaki konuşan kafaların sıradan insanların günlük hayatının çok uzağında olduğu apaçık ortadaydı. Bunların, başkentteki Tutsilerin askeri yerleşimlerinin temsilcileri olduğu, ama Burundi halkının %80'inin, dolayısıyla radyo dinleyicilerinin büyük çoğunluğunun kırsal alandan gelen Hutu köylüleri olduğunu göz önünde bulundurursak, buna hiç şaşmamak gerekmektedir.

Medya değerlendirmesi- kapasite ve gereksinim konusuna gelince: Burundi'de belli bir zaman boyunca görece özgür basın bulunmasına rağmen, durum 1994'te değişmişti: Hükümetin yüksek derecede merkezi yönlendirmesi ve denetimi söz konusuydu. Medya manzarasında ancak pek az alternatif ama bir o kadar radikal ve şiddet yanlısı ses çıkıyordu. Bu, herhangi yeni bir medya girişiminin, mevcut kanallarla, yani ulusal radyo yayınlarıyla birlikte çalışması gerektiğini ortaya koyuyordu. Bundan ötürü CG, 'win-win' pozisyonuna ulaşmak için işbirliği yolunu seçti: Ulusal radyo, maddi harcamayı artırmadan ve daha sonra rakibi olmayacak bir kaynaktan faydalanarak iyi programlar yapmaya karşı ilgi duyuyordu. Bu proje öncesi değerlendirmeden hareket ederek CG, yalnızca yayın malzemesi hazırlamakla kalmadı. Aynı zamanda bir yapım stüdyosu da kurdu. Bütün bunlar, varolan radyo istasyonlarının yerine geçmek için değil, bunları tamamlamak amacıyla yapıldı. Bunun karşılığında CG, radyo yayınları yapabilecek ve dinleyiciye çeşitli formatlarda ve içeriği CG ile ulusal radyo arasında danışma sonucunda belirlenecek alternatif programlar sunabilecekti.

## **IV.2. İkinci Adım: Proje Tasarımı & Uygulama**

CG'nin deneyimi, kriz dönüşümüne katkıda bulunmayı amaçlayan medya projelerinin üç ayrı temeli olduğunu gösteriyor: Gazetecileri hedef alanlar, medya içeriğini hedef alanlar, ve siyasi gündemi değiştirmeyi amaçlayanlar.

### **IV.2.1. Gazetecileri Hedef Alan Projeler**

Medyanın gerilimlerin tırmanışındaki olumsuz potansiyeline karşı gelmek için gazetecilerin, dolayısıyla izleyicilerinin, 'diğerinin' değişik pozisyonları üzerine daha çok bilgi edinmeye teşvik edilmeleri gerekmektedir. Kriz dönüşümü medyası bunları kamu önünde tartışmalı ve sonradan söz konusu konuların ve gerçeklerin arka plan bilgilerini sunmalıdır. Örneğin 'diğerinin' siyasi ve sosyal gerçekliğini. Aynı zamanda kriz haberlerini verirken derinlemesine ve analize yönelik yaklaşım sergilemelidirler. Gazetecilerin, bireylerin bazı görüşlerini ya da eylemlerini bütün bir etnik gruba mal etmekten kaçınmaları gerekmektedir. Bunun yerine kendilerini etnik grubun içinde bireyler ya da belli bir çıkar grubunun temsilcileri olarak sunmalıdır. Aynı zamanda değişik alternatif tasarımlar, çerçeve çalışmaları, bakış açıları ve yorumlar sunmalıdır. Bu doğrultuda başarı vaad eden proje tipleri şunlardır: Birbirlerine muhalif gazetecilerle yapılan ortak atölye çalışmaları, 'diğer tarafın' medyasında staj görme, İnternet üzerinden iletişime geçilmesini sağlamak ve etnik sınırlar ötesi gazeteciler ağı kurmak. Bunların yanısıra, saf propagandadan ziyade daha profesyonel gazetecilik anlayışını desteklemek (Terzis & Ozgunes 2000).

### **Örnek 2: Gazetecileri Hedef Alan İki Proje**

Türkiye ve Yunanistan'da gazetecilik eğitimi. Gazeteciler için hangi eğitimin daha uygun olduğunu belirlemek, söz konusu ülkede eğitim ve profesyonel tatbiki de dahil olmak üzere medyanın özel şartları, teknik donanımı ve gazetecilerin tavırlarındaki eğilimlerin hepsinin dikkate alınması gerekmektedir.

Maddi ve teknolojik kaynakları olan Türk ve Yunan gazetecileri için en önemli hedef, köprüler kurarak iki grup üyelerini biraraya getirmektir. Bundan ötürü CG her iki ülkenin gazetecilik öğrencileri ve gazetecileriyle eğitim çalışmalarına başladı. Gazetecilerin ve akademisyenlerin İngilizce olarak verdikleri bu derslerde kriz analizi ve kriz çözümlene kuramına bir giriş yapılıyor. Dersler Türkiye ve Yunanistan'da veriliyor ve böylece katılımcılar diğer ülkenin gerçeklerini yerinde görerek bu izlenimlerini insanlıktan çıkarılmış düşman imgeleriyle karşılaştırmaları sağlanıyor.

#### Makedonya'da Ortak Habercilik

CG 1993 yılında Makedonya'da çalışmalarına başladığında, yazılı basın ve okurları etnik sınırlar içersinde ve kendi tarz etnik dil gettolarında kesin bir bölünmüşlük yaşıyorlardı. Yani Arnavut basın Arnavutlar tarafından, Makedon basın ise Makedonyalılar tarafından okunuyordu. Bu kalıpları kırmak için CG, çıkıp daha çok apolitik sayılan sağlık ve okul sistemi gibi konularda haber yazan ve Makedonya- Arnavut- Türk ve Romen haber ekibi kurdu. İşin püf noktası, bütün varolan gazeteleri sıraya dizerek birlikte yazılan her haberin, aynı olduğu gibi değişik gazetelerde yayınlanmasını sağlamakta yatmaktaydı. Bu çalışmanın başından itibaren bu şekilde 90 kadar haber yayınlandı. Makedon, Arnavut, Türk ve Romen yazılı basın gazetecilerinin çoğunun bu programdan geçtikleri düşünülüyor.

#### IV .2.2 Medya İçeriğini Hedef alan Projeler

Etnik krizlerin dönüşümlü yaradılışını kırmak için medya içeriğini amaçlayan projeler gerekmektedir. Bunlar, uzun vadede etkili olmaları için iki genel ilkeyi temel almalıdırlar.

Bir; medya her şeyden önce, *krizlerin tarihinin dengeli bir analizini* sunmalıdır. Bunu yaparken konuya farklı açılardan yaklaşmalıdır. Bu şekilde belki haksızlıkların ve çağırışımı yapılan tarihi yaraların görülmesini sağlayabilir. Şiddet unsurlu krizlerden sonra barışmak genel olarak 'ezeli düşmanlar' arasında eylemler üstü bir üzüntü ve affetme sürecine bağlıdır. Bu süreç, birbirini saymak ve sağduyulu bir güven duygusuna dayalı yeni bir ilişkinin adım adım kurulması için büyük rol oynamaktadır. Medyanın, yüksek sayıda bireylere ulaşma ve bunları etkileme potansiyali, kendisini barışma sürecinin merkezi aktörü pozisyonuna koyuyor (Montville 1991).

İki, medya içeriği *etnik kökene bağlı olmayan başka kimlikleri desteklemelidir*. Kriz tarafı olan gruplar tarihi karşıtlıklarının açtığı yaraları sarmakta başarılı oldukları an, medya tarafından etnik gruplar arası kimlikler geliştirme yönünde desteklenmelidirler. Bu kimlikler kendilerine ortak temeller bulma ve ortak çıkarılara dayalı bağlar geliştirme doğrultusunda yardımcı olabilirler. Kriz yaşayan toplumların kadınların emelleri ve yapabildikleri, ortak çevre sorunları, iş teşvikleri ya da felaketlerde yardımlaşma gibi yanlarını gösteren medya içeriği, alternatif ve kültürler arası kimliklerin oluşmasına ve etnik gerekçelendirmeye dayanmayan yurttaşlık anlayışının serpilmesine önemli derecede katkıda bulunabilecektir (Sofos 1997:269).

Medya içeriğine yoğunlaşan projeler farklı etnik grupların gazeteleri arasında düzenli olarak makale değişimini başlatarak geliştirebilir. Etnik gruplar arası işbirliğinden herkesin yararlanmasını beraberinde getirecek haberlerin ve incelemelerin yapılmasına heveslendirebilirler. Aynı zamanda medya bünyesinde yeni forumlar geliştirerek ileriye ve sürece yönelik tartışmaları desteklemelidirler. Örneğin barış önerilerine daha uygun ve geniş çapta yer verilmesi.

### **Örnek 3: Medya İçeriğini Hedef Alan Projeler**

#### **Türkiye ve Yunanistan'da Belgeseller**

CG'nin danışmanlık birimlerinden birini oluşturan Türk ve Yunan gazetecilerin bir proje öncesi tartışmalarından hareket ederek medya çalışmalarında içerik konusu altı farklı bağlamda ele alınmaktadır: Benzerlikler ve farklarla geçmiş, bugün ve yarın. Farklar konusunu TV ya da radyo belgeseli olarak 'geçmişin yaralarını deşmek' şeklinde vererek acıları birlikte paylaşma olanağını yaratabilirsiniz. Benzerlikler bakımından medya, etnik Türk, Yunan kimliğine karşı alternatifler geliştirebilir. Örneğin, inşaat firması, balıkçılık alanı ya da dantel örgüsünde çalışanlar şeklinde etnik sınırlar ötesi profesyonel iş kimlikleri oluşturulabilir. CG, Türkiye ve Yunanistan'da bu meslek gruplarının üyeleri üzerine belgeseller çekerek, bu grupları alternatif kimlikler olarak belirleyen sadece ortak çıkarlarını değil, ortak alışkanlıklarını, benzeri giyim kurallarını ve kültürlerini vurgulamaktadır ve böylece nasıl birlikte yaşayabileceklerini hatta işbirliğinde bulunabileceklerini göstermiş olmaktadır. Bu meslek kimliklerinin yanısıra CG, cinsiyete bağlı kimlikler (örneğin iki ülkenin kadınlarının benzeri sorunları ve ananeleri), kültürel kimlikler (örneğin iki ülkenin müziğinin ortak ve aynı dış kaynaklardan etkilendiği zamanlardan günümüz rok müziğine kadar müzik tarihi) ve çevre sorunları (örneğin iki ülkeyi de etkileyen Ege denizindeki çevre kirliliği).

#### **IV.2.3 Çok Zeminli /Holistik Yaklaşım**

Medyanın potansiyelinin bilincine varma gayretleri, farklı aktörlerin, medyanın hareket ettiği siyasi kültür ortamını ortak etnik basmakalıp yargılar, marjinalleşme ve etnik temelde güç mücadelesinden alıp açık diyalog, farklı hayat tarzlarına karşı ortak saygı ve denetimli iktidar paylaşımı doğrultusunda değiştirmek için yürüttükleri eylem dizisinin bir parçası olmalıdırlar. Yalnızca medyayla sınırlı kalan yaklaşımlar çoğu zaman krizin baştan yükselmesine neden olan 'yapısal' faktörleri hedef almakta başarılı olamıyorlar. Bu, bireysel ve toplumsal zihniyetlerde dönüşümü amaçlayan gayretlerin, hükümete bağlı olan ve olmayan örgütleri, iş çevrelerini (medya sahipleri de olmak üzere), kamuoyunun ileri gelenlerini, akademisyenleri ve toplumun marjinal kesimlerini de kapsamaları gerektiği anlamına gelmektedir. Medyanın kriz dönüşümüne katkıda bulunma potansiyeli ancak bu şekilde çok zeminli/holistik bir yaklaşımla kendisini gösterebilecektir. Çünkü bu aktörler, medyanın programlarının ve etkinliklerinin içeriğini ifade edebilecekleri bir çatı oluşturmaktadırlar (Terzis & Ozgunes 2000).

CG, aracılık ve ortam sağlamayı da içeren değişik operasyonel yöntemlerin yanısıra daha az geleneksel olan TV yapımı, radyo için 'arkası yarın' programları ve topluluk örgütleme gibi yöntemler de geliştirdi. Birden fazla araçın aynı zamanda kullanılması bunların genel etkilerini yükseltmektedir. Bu şekilde CG, kapsamlı, çok yönlü girişimlerle TV programlarını, radyo dizi ve oyunlarını, müzik kliplerini, gazetecilik eğitimi ve gazetecilikte etnik sınırlar ötesi ekip çalışmasını birbirine bağlıyor. CG Makedonya, Orta Doğu ve Sri Lanka'da gazeteciler için kızıştırıcı habercilik anlayışını çözücü atölye çalışmalarının maliyetine katkıda bulundu. Makedonya'da etnik sınırlar ötesi gazeteci ekiplerinin çektikleri dizi film (*bknz. 0*) bir taraftan iki tarafın gazetecilerine eğitim olanağı sunarken diğer taraftan siyasi kültürdeki amaçlanan değişikliği de destekliyor. Orta Doğu'da CG, üç ayda bir gazetecilere yönelik bölgesel işbirliği üzerine bir dergi yayınlıyor ve Arap, İranlı, İsraili ve Türk yazarların hazırladığı silah denetimi üzerine eşsiz bir kitap bastı. Ayrıca, şiddet karşıtlığı, İsrail-Filistin krizinin bölgede çevre üzerine olumsuz etkileri vs. gibi konularda hazırlanan tezler, aralarında Araplar ve İsrailiiler de olmak üzere ezeli düşmanlarca birlikte yazılıyor ve yayımlanıyor. Bundan da öteye giderek, Orta Doğu'da CG, basmakalıp yargıları sorgulamak ve önyargılara karşı eğitim ve kültürler arası anlayışı desteklemek için gerçekleştirilen atölye çalışmalarının sponsörlüğünü yapıyor.

Yine de bu medyaya yönelik etkinliklerin çoğu, başka barış sağlayıcı tartışma forumları ve yuvarlak masa görüşmeleri, 'ortak eylem' projeleri (birbirlerine düşman grupların ve bireylerin ortak sorunları için işbirliğini sağlamak), kriz tarafları arasında etkin aracılık (pro-active mediation), meslek grupları arasında (editörler, insan hakları eylemcileri, film yapımcıları ve bilim adamları gibi) etnik gruplar ötesi işbirliği ve



barış sağlayıcı etkinliklerde kadınların desteklenmesinin altını özellikle çizen topluluk örgütlenmesi gibi etkinliklerle bağlantılı olarak gerçekleştirildi.

#### **Örnek 4: Çok Zeminli/ Holistik Yaklaşım**

##### **Burundi'de Güven Sağlayıcı Süreç**

Burundi'de yıllardır Afrika Birliği Örgütü (OAU) tarafından ve son zamanlar Nelson Mandela'nın himayesinde yürütülen barış süreci ülkenin çeşitli gruplarının liderlerini ayda bir kere buluşturuyor. Ancak bu resmi görüşmeler arasında geçen zamanda herhangi bir yapıcı iletişim olmuyordu. Güven sağlayıcı günlük çabaları daha sıcak bir atmosferde gerçekleştirmenin bir yolunu bulmak için CG son beş yıldır Güney Afrika Parlamentosu eski ANC üyesi beyaz Jan van Eck'le birlikte çalışmaktadır. Burundi'de siyasi gündemi adım adım değiştirme amacıyla resmi barış sağlama sürecine katılmadan ve arabulucuğa başlamadan önce van Eck, her kesimden insanları dinleyerek yavaş yavaş tanımaya çalıştı ve tarafları bu şekilde biraraya getirdi. Bu çalışma CG'nin medya çalışmalarıyla el ele yürüyor: Örneğin Jan van Eck farklı grupların bazı temsilcilerini bir radyo programı için biraraya gelme yönünde ikna ederek gündemde bulunan üç ya da dört politikacıyla yuvarlak masa sohbetleri düzenledi.

#### **IV.3 Üçüncü Adım: Proje Sonrası Ölçüm ve Değerlendirme**

Program hazırlığının son adımı, değerlendirme sürecini kapsamaktadır. Böylece örgütler programlarının barışa faydalı olup oladığını gözden geçirebilirler. Özellikle barış ve krizle ilgili olan programların *etkisini* ölçmek hararetle tartışmalara yol açmaktadır (*bknz.* bu kitapçıkta PCIA bölümü). Çok daha sınırlı bir anlamda proje değerlendirmesi, yaratıcı dinleyici tepkisi kadar basit olabilir. Örneğin görüş bildirimi için çağrıda bulunulur ve bu görüşler merkezi bir yerde bulunan gezgin bir birimde toplanır. Ya da bir radyo yayınından sonra gelen resmi olmayan dinleyici tepkilerini toplayarak belgelendirmek. Örneğin Makedonya'da CG'nin çocuklar için hazırladığı günlük dizinin (soap opera) etkisi, diziyi izleyen ve izlemeyen çocuklar arasında ayrı ayrı yapılan bir araştırmayla ölçülmüştü. Diğer etnik grup üyesi bir çocuğu evine davet eder misin sorusuna verilen olumlu yanıt oranı diziyi izleyen çocuklarda %25'den %75'e yükselme göstermekteydi.

Proje sonrası ölçüm, yalnızca izleyicinin memnuniyetini ölçmekle yetinmemelidir. Hedef izleyici kitlesi üyeleriyle genel hatları önceden belirlenmiş söyleşiler yürütmek, tartışmalarda bulunmak ve kamuoyu yoklamaları ve kapsamlı veri toplamanın diğer yollarının denenmesi de gerekmektedir. Önemli olan, hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını ölçme yollarının tesbiti ve bu ölçümler doğrultusunda hareket etmektir. Kapsamlı bir ölçüm yöntemi, program geliştiriminde daha bilinçli tercihlere katkıda bulunarak özeleştiril projeye değerlendirmesini mümkün kılacak ve uzun erekli öğrenme süreci olanağını yaratacak bir belgelendirme sistemini kuracaktır.

Program ölçümü suretiyle elde edilen bilgi çok yönlü amaçlara hizmet eder. Bu tarz bir proje için ölçümün kısa erekli amacı, program ve etkinlik hedeflerine yönelik bilgi vermek ve bu bilgileri gelecek program kararları için değerlendirmektir. Sonuncusu, programların sürekliliğini sağlamaya ve uzun erekli örgütsel hedefler doğrultusunda ilerlemeye yardımcı olmaktadır. Örneğin yapılan ölçümlerin eleştiril bir sonuca varmaları, program hedeflerini yeniden ifade etme, format değişimi, hedef izleyici kitlesini değiştirme, hatta programı olduğu gibi kaldırma gereksinimini açığa vurabilir.

Değerlendirme süreci, kriz çözümü stratejilerinin proje içi çalışmalara ve programlara rehberlik görevi yapıp yapmadığını kanıtlama olanağını da sunmaktadır: Yapımcılar programlarının, örneğin izleyicilere nasıl stres attığını, birlikte çalışmaya yönelik stratejiler geliştirip geliştirmediğini ve ırkçılık karşıtı ve hoşgörü ilkelerini uygulayıp uygulamadığını kendilerine sorabilirler (DFID, 2000).

Örnek 5: Proje Sonrası Ölçüm ve Değerlendirme

### Burundi'de Radyo Programcılığı

Burundi'de radyo yapımcılık çalışmalarını değerlendiren CG, yapımlarıyla halkın önemli bir kesimine artık ulaşamadıklarını tesbit etti: Gençlere. Halbuki özellikle genç erkekler gelecekte toplumda olup bitecekler için canalıcı rol oynamaktadırlar ve şiddet yolunu seçme riskiyle karşı karşıyadırlar. Burundi'de bir çok genç insan zaten yüksek dereceli şiddete başvurmakta. Bunda muazzam bir eğlence açlığının da rolü oluyor. CG bu nedenden ötürü programlarını müzik ve özellikle çocuklara yönelik, çocukların çocuklar için yaptıkları söyleşiler gibi farklı içeriklerle yeniden tasarlamaya karar verdi. Bugün CG'nin bu yaş grubunda, özellikle yaş ortalamasının çok düşük olduğu kamplarda büyük bir izleyici kitlesi var. CG çalışmalarını genç bir hedef kitleye yönelik ilerleterek UNICEF'le yoğun işbirliğini sürdürmektedir.

### Bosna'da Yanlış Medya ile Çalışmak

1996 yılında CG, sosyal konuları ele alan canlı telefon bağlantılı bir radyo programını başlattı. Adı "Radyo Çözümleri" (Resolutions Radio) olan bu programda dinleyicilerin kendi ağızlarından dinlenen sorunların çözümü için yollar bulunmaya çalışılıyordu. Üç yıl sonra etki ölçümü yapıldı. Bulgular, radyonun bu amaç için yanlış medya olduğunu gösteriyordu. Çünkü Bosnalıların çoğu o zaman televizyon seyredebiliyor ve televizyonu yeğliyorlardı.

## V. Zorluklar ve Diğer Sorular

CG'nin deneyimini temel alarak, projelerin ciddi bir başarısızlığa neden olabilecek beş boyutu bulunmaktadır:

1. Mali kaynak: Ya mali kaynağın kendisi sorun haline dönüşebilir- çünkü yerel yönetim, kaynak veren ülkenin taraflılığından şüphe duyuyordur-, ya da kaynak bulmak özellikle zaman açısından çok yıpratıcı oluyorsa bu, taban çalışmalarını ciddi ciddi engelleyecektir.
2. Medya: Proje hazırlayıcıları iyi bir proje öncesi değerlendirmesinde bulunmazlarsa yanlış medya seçebilir ve tamamen etkisiz kalır ya da yalnızca sınırlı bir izleyici kitlesine ulaşabilirler. Örneğin insanların genelde elektrik bağlantıları ve televizyonlarının olmadığı Afrika'da TV programlarının yapımı.
3. İçerik: Burada tehlike özellikle öneri ve bilgide korumacılığa giderek propagandanın bir başka türünü üretmekte yatar.
4. Zamanlama: Somut bir krizin dinamizmi ve gelişmesi çerçevesinde müdahalenin kötü ya da yıkıcı olduğu da vardır: Örneğin süren gizli görüşmeler bozulabilir.
5. Katma Değer: Bir çok kriz alanında etkin NGO'ların sayısı rahatlıkla bir etkinlik yağmasına neden olabilir. Bu nedenden ötürü her müdahalenin "Bu somut proje buraya ne gibi bir katma değer getirebilir" diye sorgulanması gerekmektedir.

Katma değer sorusu, yanıtlanması en zor sorudur. CG'nin Bosna'da radyo programı yayın deneyimi bunun en iyi örneğidir. (bknz. Örnek 6).

### Örnek 6: Katma Değerin Ölçümü

#### Bosna'da Radyo Programı Yayını

"Radyo Çözümleri" projesindeki (bknz. IV) ortakların profesyonelliği artmıştı. Bosna'daki genel durum sakinleşmiş, insanlar kendi bölgelerinden olmayanlarla konuşabilir hale gelmişlerdi. Bosna'da bir dizi

başka radyo projeleri de başlatılmıştı (bu da ek maddi yardım bulmayı zorlaştırıyordu) ve radyonun yanlış medyum olduğu ortaya çıkmıştı (*bknz.* IV). Bütün bunlar, CG'nin Bosna'ya ne verebileceği, katma değerinin ne olacağı sorusunu dayatıyordu. Sonuç olarak, tamamen geri çekilme kararı alındı. (Bu karara bir ek neden, tabanda çalışan yabancı CG üyeleri ve yerel Bosnalı ekibin ilişkilerinin gerginleşmesi olmuştu).

Krizle boğuşan bölgelerde medya projelerini gerçekleştirmek isteyen 'dışardan' gelenlerin kendilerine sormaları gereken bir önemli soru daha var. Bir ülkenin ya da bölgenin medya manzarasına girerken hangi koşullar altında meşruiyet kazandıklarını bilmeleri gerekmektedir. Yanıtı dikkate alarak bir takım konuların her projenin tasarımı, uygulanması ve son etki değerlendirmesine kadar kıstasların sürekli ölçülmesi gerekmektedir. Proje planlayıcıları, ortaklar ve uygulamacıların emin olmaları gereken noktalar şunlardır:

- Proje kendi değer sistemimizi empoze etmemelidir.
- Durumu daha kötüye götürmemelidir (örneğin görüşmeler sırasında).
- Uygun kaynakların olması ve sınırların belirlenmiş olması.
- Doğru yerel ortakların bulunması gerekmektedir.
- Programların yerel sahipleri ve sürdürülebilirliklerinin herhangi bir suni mali desteğin yaratılması gerekmiyeceği şekilde güvenceye alınması gerekmektedir.
- Daha sonra geri çekilme cesaretini bulabilmek için projeyi sona erdirmeye koşullarının belirlenmesi gerekmektedir.

Bu zorlukların üstesinden ancak yerel aktörlerle sıkı bağlantılı ve işbirliğine dayalı bir çalışma gerçekleşirse gelinebilir. Kendileri, etkinliklerimize yön gösteren bir pusula olmalıdırlar. Ancak kendilerinin gereksinimlerini gözetirsek çalışmamızın kriz dönüşümüne olumlu etkisi olabilir.