



ABŞVARI HERESTHETIC: DÜNYANI DƏYİŞDİRMƏ METODU *

Rizvan Qənbərli

Ankara Universiteti, Jurnalistika, Doktorantura

20-ci əsrin son dövrlərində yaşananlar, heç bir müharibəni sadəcə hərbi sahənin gücü ilə udmağın mümkün olmadığını göstərmişdir. Bu təcrübəni əvvəllər də bir neçə dəfə yaşayan Amerika Birləşmiş Ştatları (ABŞ) İkinci Körfəz Müharibəsindən əvvəl bütün incəlikləri diqqətli şəkildə planlanmış psixoloji müharibə aparmışdır. Bu müharibədə “ilk güllənin” ABŞ tərəfindən rahat şəkildə atıla bilməsinin önündəki maneələr də psixoloji müharibə ilə aşılacaq maneələr idi. Bunlar, müharibəni leqallaşdırma arzusu və ABŞ-ın müharibə üçün dəstəyinə ehtiyac duyduğu ölkələrin müsbət qərarlarının təmini idi. Məsələnin incəliklərinə qədər gedib başqa maneələrdən də bəhs etmək mümkündür. Ancaq bir ümumiləşdirmə apararsa, ABŞ hərbi müdaxilədən öncə “danışmağa”, yəni psixoloji müharibəyə üstünlük verdi. Bu seçim öz növbəsində bütün dünya mediasını da əhatə edən olduqca çoxistiqamətli bir seçim idi.

ABŞ-ın müharibədən əvvəl ortaya atdığı əsas tezlərdən biri İraqda demokratik idarəetmə formasının qurulması hədəfi idi. Yəni, ABŞ, oğul Buşun dalğalandırdığı müharibə bayrağı altında İraqa demokratiya gətirəcəkdi. İraqdakı diktatorluğu yıxıb yerində demokratik sistem qurulması üçün bir müharibəyə hazırlıq görüldüyü barədə təbliğat isə geniş şəkildə aparıldı. ABŞ eyni səbəbi irəli sürərək 11 sentyabr hadisələrindən sonra Əfqanıstana da hücum etmişdi. O vaxtlar da nə axtardığını sanki deyirmiş kimi hərəkət edən, amma nə tapdığını da deməmək üçün əlindən gələni edən ABŞ, İkinci Körfəz Müharibəsi üçün eyni təbliğat strategiyasını tətbiq edirdi. Əslində mərkəzində ABŞ olan bütün müharibələrdə ümumi bir xüsusiyyət var. Mən bu ümumi xüsusiyyəti, Villiam Rikerdən “borc aldığım” heresthetic termini ilə düşünməyi təklif edirəm.

Heresthetic, sadə şəkildə dünyanı, qazana (uda) biləcəyin bir formaya salmaq deməkdir. Yəni, dünyanı rahat idarə edə biləcək bir formaya salaraq, ikitərəfli və çoxtərəfli



münasibətləri təkmənbəli strateji hədəflərə istiqamətləndirərək, hərbi qüvvələrlə siyasi manipulasiya texnologiyalarını səfərbər edərək hakim güc olmağın yoludur heresthetic. Heresthetic elmi ədəbiyyatda kifayət qədər etibarlı termin olan və tez-tez istifadə olunan “psixoloji müharibə” termininin sadəcə texniki istiqamətini deyil eyni zamanda fəlsəfəsini də izah edir. Beləcə ABŞ mənbəli “psychological warfare” termininin ifadə qabiliyyətindəki məhdudluq da bu termin ilə aradan qaldırılmış olur. Bu səbəbdən, İkinci Körfəz Müharibəsindən əvvəl, gördüyümüz və oxuduğumuz şeylərin böyük əksəriyyəti ABŞ heresthetic-i idi əslində.

ABŞvari heresthetic psixoloji müharibənin bilinən bütün texnologiyalarını heç nədən çəkinmədən tətbiq edir. Həm ilk dəfə Çində kommunistlər iktidara gələndən sonra istifadə edilən və “şüur formalaşdırma” da mənasına gələn “hsinao”, həm Hitlerin məşhur təbliğat texnologiyaları, həm klassik ictimaiyyətlə əlaqələr texnologiyalarının daha geniş çərçivədə tətbiq olunan metodları ABŞ “psixoloji müharibəsinin” təməllərini təşkil etmişdir. Amma bunları sırf “psixoloji müharibə” kimi adlandırmaq və tədqiq etmək bizi ampririk (təcrübələrlə aparılan) tədqiqatçılıqla məhdudlaşdıracaqdır. Elə bu yerdə heresthetic ortaya çıxır ki, bu termin, bizi qarışıqlıqdan qurtaran, psixoloji müharibənin milli və beynəlxalq hədəf və strategiyalarını, təməl fəlsəfəsini izah etmə potensialına sahib olan bir analitik kateqoriya xüsusiyyətinə sahibdir.

ABŞvari heresthetic ilk öncə mediadan strateji vasitə kimi istifadə etməyə əhəmiyyət verir. Çünki, Ağ Ev, ABŞ ictimai rəyin dəstkləmədiyi heç bir müharibəni uda bilmədiklərini bu barədəki acı xatirələrinə görə yaxşı öyrənib. Buna görə də ictimai rəyi istiqamətləndirmək sadəcə Ağ Ev üçün deyil, Pentaqon üçün həyati dərəcədə əhəmiyyətə malikdir. ABŞvari heresthetic üçün xəbər xarakteri yüksək media sərbəst, ancaq nəzarət edilməyən və proqnozlaşdırıla bilməyən məlumatları yaya biləcək gücdən də məhrum saxlanılmalıdır. ABŞ bu barədə Vyetnam müharibəsində acı təcrübələr yaşamışdı. Vyetnam müharibəsindən sonra heç bir müharibədə xəbərlər üzrə şəffaflıq tətbiq etməyən Ağ Ev, 1982-ci ildə Folkland Adası Müharibəsində, 1983-cü ildə Qrenadada, 1989-cu ildə Panamada, 1991-ci ildə Körfəz



Müharibəsində, 1993-1996-cı illərdə Bosniyada və nəhayət 2001-ci ildə Əfqanıstanda şəffaflığın sərhədlərini daraltdı, ədəbiyyata isə “xəbər hovuzu” terminini gətirdi. Ehtiyac hiss edləndə hazırlanmış xəbərlər, əvvəlcədən quraşdırmış və sadəcə “öz həqiqətlərini” əks etdirən materiallar xüsusi mexanizmlərlə ictimaiyyətə ötürülürdü. Bunun ən məşhur misallarından biri Birinci Körfəz Müharibəsi vaxtı yaşanmışdı: Gənc Küveytli bir tibb bacısı, televiziya ekranları qarşısında İraq ordusunun əsgərlərinin onun işlədiyi xəstəxananın uşaq poliklinikasına necə hücum etdiklərini, yataqlardakı körpələri yerə ataraq öldürdüklerini və bu xüsusi yataqları alıb getmələrini göz yaşları içində anladır. Əslində isə bunların hamısı sadəcə yalan idi. “Tibb bacısı” Küveytin Vaşinqton səfirinin qızı idi və ABŞ-da ali təhsil alırdı. Videogörüntünün ssenarisi keçmiş ABŞ prezidenti Reyqanın mətbuat katiblərindən biri olan Mike Deaver və ictimaiyyətlə əlaqəli üzrə məşhur şirkət olan Hill və Novlton tərəfindən uydurulmuşdu. Onların bu xidməti əvəzsiz qalmamışdı: bütün xərclər Küveyt Əmirliyi tərəfindən ödənmışdi.

ABŞvari heresthetic, həm də ifadə tərzini hədəfi konkretləşdirmək, şəxsiləşdirmək taktikasının üstündə qurur. Beləcə, əsl günahı Küveyti işğal etmək olan Səddam Hüseyn hakimiyyəti, ABŞ-ın gözündə bir anda “diktator Səddam”a çevrilir. Hədəf, ABŞ hegemoniyasına qarşı çıxan, bu hegemoniyaya zərər verən hərəkətlər edən İraq olmaqdan çıxır, “antidemokratik hakimiyyət”, “qatil Səddam” olur. ABŞvari heresthetic, üstünə duman pərdəsi çəkilə biləcək şəkildə qorxu/təhlükə mənbələri yaradır və bu təhlükələr ABŞ hegemoniyasına yox, ümumbəşəri dəyərlərə qarşıymış kimi bir təbliğat kampaniyası aparılır. ABŞvari herestheticin başqa bir xüsusiyyəti də səhv ünvan göstərməkdir: eynilə yuxarıdakı videosujet misalında olduğu kimi. Bu çərçivədə göstərilən səhv ünvan müharibə barəsindəki xəbərlərin daşdığı dramatik potensial daxilində özünə yer tapır və verilmək istənen mesajı daha da inandırıcı hala gətirir. Bənzər bir misal Türkiyə üçün də görülmüşdür. Ağ Evin mətbuat xidməti, “sızdırdıqları” məlumatlarla beynəlxalq aləmdə, Türkiyənin müharibə ilə əlaqədar narahatçılıqlarının daha çox iqtisadi amillərlə bağlı olduğuna dair ictimai rəy formalaşdırmış və beləcə Türkiyə beynəlxalq aləmdə müharibədən iqtisadi mənfəət əldə



etməyə çalışan ölkə kimi tanınmağa başlamışdır. Beləcə Ağ Evin media ilə işləyən “peşəkar mənbələri” müharibəylə əlaqədar müərkəb məsələləri “sadələşdirərək” və hətta bir mövzu kimi təqdim edərək müharibəni ümumbəşəri ədalət axtarışı və Türkiyənin ABŞ-ın istəklərinə qarşı müqavimətini isə bu ədalət axtarışından iqtisadi gəlir əldə etmə axtarışı kimi təqdim etməyə çalışmışdır. Digər tərəfdən ABŞ-ın xarici ölkələrdəki kütləvi informasiya vasitələri ilə olan ticari əlaqələrindən də istifadə edərək öz ifadə tərzini ABŞ sərhədləri xaricindəki mediada da yerləşdirdiyi də bilinir. Ancaq bu məsələ də sadəcə ticari əlaqələr çərçivəsində tənzimlənmir, ümumi strateji planlamanın tərkib hissəsidir. ABŞ-ın İraqa müdaxiləsi ərəfəsində Türkiyə ABŞ-a dəstək verib verməyəcəyi məsələsi müzakirə edilərkən, Türkiyə rəsmiləri bu barədə danışmamağa üstünlük verirdilər. Ancaq həmin günlərdə Türkiyə KİV-ndə “ABŞ-ın İraqa girmək üçün bizim dəstəyimizə ehtiyacı yoxdur, amma ABŞ-ı dəstəkləməsək biz zərərli çıxacağıq” şəklində təbliğatın getməsi, ümumi strateji planlamanın həyata keçirildiyinin göstəricilərindən biri idi. Bir digər maraqlı məsələ Türk mediasında müharibə mövzusu ilə əlaqədar xəbərlərdə Patriot roketləri barədə daha çox yazılması idi. Bilindiyi kimi Patriot roketləri müdafiə xarakterlidir və əsas silah kimi Patriot-un təqdim olunduğu bir müharibənin ən azı Türkiyə üçün müdafiə xarakteri ön plana çıxarılırdı və beləcə müharibəyə məsumluq donu qismən də olsa geydirilirdi. Bu taktika ilə, ABŞ-ın bu heresthetic ifadə strategiyaları dünya mediasını da təsiri altına alır. Ağ Evdə KİV ilə əlaqəli 50 minə yaxın əməkdaşın işlədiyinə dair məlumatlar da, medianı istiqamətləndirmə və ifadə tərzini müəyyənləşdirmə mexanizminin bu yazıda qeyd olunanlardan da geniş olduğunu göstərir.* Bu məqalə ABŞ-ın İraqa son hərbi müdaxiləsinin başlanğıc günlərində qələmə alınmışdır.