

Kamu Diplomasinin Askerî Boyutu: ABD Muharip Komutanlıklarının Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Gülcan IŞIK*

Oktay YILDIZ**

Geliş Tarihi (Received): 23.02.2018– Kabul Tarihi (Accepted): 16.05.2018

Öz

Yirminci yüzyıl başlarına kadar sert güç ve geleneksel diplomasi aracılığı ile çözülen meseleler, ilerleyen yıllarda farklı araçlar ile çözülür hale gelmiştir. Bu araçların en bilinenlerinden biri, İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan ve propaganda gibi iletişim faaliyetlerinin devamı niteliğindeki kamu diplomasisi kavramıdır. Yirmi birinci yüzyıl ile birlikte sert gücün en önemli aracı olan ordular da kamu diplomasisi faaliyetleri icra etmeye başlamışlar ve bu kapsamdaki çerçevelerini çalışmalarını genişletmişlerdir. Silaha sahip bir kurum olarak orduların yumuşak güç faaliyetleri icra etmeleri, ilk bakışta çelişkili bir durum olarak görülebilir. Ancak çağdaş orduların icra ettikleri faaliyetlerin özü incelendiğinde, bu amaca hizmet edebilecek faaliyetler icra ettikleri görülmektedir. Bu çalışma ile sert güç ile bu denli özdeşleşmiş bir kurumun yumuşak gücün geliştirilmesine yönelik kamu diplomasisi gibi faaliyetlerde nasıl kullanılabileceği sorusunun cevaplanması amaçlanmaktadır. Bu çalışma, kamu diplomasisinin askerî boyutunu ve bunun uygulamalarını ortaya koyarak literatürde bu konuda var olan eksikliğin giderilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda ABD ordusunun muharip komutanlıklarının sosyal medya içerikleri nicel ve nitel içerik analizine tâbi tutulmuştur. Çalışmanın sonunda ABD ordusunun kamu diplomasisinin tüm boyutlarını kapsayacak şekilde faaliyetlerde bulunmadığı ve ulusal kamu diplomasisi faaliyetlerine kendi imkânları ve belirli bir sistem dahilinde destek sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu diplomasisi, askerî kamu diplomasisi, ABD ordusu, stratejik iletişim, yumuşak güç

* Doç.Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, gulcankarakaya@gmail.com.

** Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, oktay4473@gmail.com.

The Military Dimension of Public Diplomacy: Public Diplomacy Activities of U.S. Combatant Commands

Abstract

The issues which had been solved through hard power and traditional diplomacy until the beginning of 20th century were started to be solved through different instruments in the advancing years. One of the most popular of these is the term of public diplomacy which emerged after the Second World War as an extension of communication activities like propaganda. In the 21st century, militaries which are the most important components of hard power have started to conduct public diplomacy activities and constitute their public diplomacy frameworks. At first glance, it may seem paradoxical that an institution with weapons conduct soft power activities. However, if the essence of these activities is examined, it will be understood that these activities can serve for the soft power purposes. This research aims to answer the question of “How can militaries, which are identified with hard power, serve in activities like public diplomacy in order to advance soft power?”. This research has importance in terms of filling the gap in this realm by examining military dimension of public diplomacy and its practices. Accordingly, social media contents of U.S. military were subjected to quantitative and qualitative content analyses. Eventually, it has been concluded that U.S. military’s public diplomacy activities do not encompass all dimensions of public diplomacy and it systematically provides support to national public diplomacy activities in terms of its capability.

Keywords: *Public diplomacy, military public diplomacy, U.S. military, strategic communication, soft power.*

Giriş

Geçmişte sert gücün çeşitli araçlarıyla ve geleneksel diplomasi ile çözülen sorunlara ilişkin yaklaşıma, Soğuk Savaş yılları ile beraber kamu diplomasisi gibi yeni bir kavram dahil olmuştur. Kamu diplomasisi kavramı, köklerini propagandadan alan ve aslında bu sebeple içerik olarak yeni bir kavram değildir. Geleneksel diplomasi doğrudan ulaşmayı hedeflediği etkiyi dolaylı yoldan amaçlayan bir propaganda türüdür (Berridge, 2015, ss. 198, 200). Kavram, propagandanın sahip olduğu olumsuz bağlamdan ayrılarak, bugün ülkelerin resmî iletişim stratejisinin önemli bir parçası olarak kullanılmaktadır.

Bir yumuşak güç aracı olan kamu diplomasisine yönelik faaliyetler genel olarak dışişleri bakanlıkları ve onlara bağlı olan kurumlarca yürütülmektedir. Aslında bu durumun kavramın kapsamına uygun olduğunu ifade etmek mümkündür. 2000’li yıllar ile birlikte yüzyıllardır sert güç unsuru olarak hareket eden ordular da kamu diplomasisi faaliyetlerini doğrudan destekler hale gelmişlerdir. Sorun, sert güç ile bu denli özdeşleşmiş bir kurumun yumuşak gücün geliştirilmesine yönelik faaliyetlerde nasıl kullanılabileceği noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ordusu üzerinden bu sorunun cevaplanması amaçlanmaktadır.

Kamu diplomasisi üzerine yapılmış çok sayıda Türkçe çalışma ile karşılaşmak mümkündür. Ancak kamu diplomasisinin askerî boyutu üzerine odaklanan çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, kamu diplomasisinin askerî boyutunu ve bunun uygulamalarını ortaya koyarak literatürde bu konuda var olan eksikliğin giderilmesi açısından önem taşımaktadır.

Çalışma kapsamında, ABD ordusunun muharip komutanlıklarının 01 Ocak-30 Haziran 2017 tarihleri arasında yapmış olduğu paylaşımlarından oluşturulan örneklem, içerik analizine tâbi tutulmuştur. Geçmişte doğrudan bir ana akım medya aracına sahip olamayan ordular, özellikle 2000’li yıllar ile birlikte hızla yayılan sosyal medya gibi web 2.0 tabanlı teknolojiler sayesinde aracısız olarak kamuoyuna ulaşma imkânına kavuşmuşlardır. Bu durum, özellikle ABD gibi sınırları dışında sürekli olarak silahlı mücadele veren ülkelerin ordularının yerel kamuoyuna ulaşmaları bağlamında önemli bir

araca kavuşmuş olmalarını ifade etmektedir. Zaten internet ile gelen iletişim imkânlarının kullanılması ABD ulusal iletişim stratejisinin esaslarından biridir (Policy Coordinating Committee for Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007, s. 6). Bu kapsamda, ABD ordusunun birliklerine ait sosyal medya hesapları incelendiğinde, icra edilen önemli faaliyetlerin sosyal medya aracılığı ile paylaşıldığını görülmektedir. Özellikle çalışmanın kapsamını oluşturan kamu diplomasisi faaliyetlerinin açık olarak icra edilen faaliyetler olduğu ve sosyal medya üzerinden paylaşılacağı varsayımı, araştırmanın sosyal medya üzerinden yürütülmesinde etkili olmuştur.

Kamu diplomasisine askerî desteğin (defense support to public diplomacy) tam olarak anlaşılabilmesi için öncelikle kavram genel hatlarıyla ele alınacaktır. Daha sonra kamu diplomasisinin askerî boyutu ve ABD ordusunun yaklaşımı ortaya konulacaktır. Bu yaklaşıma yönelik çıkarımlara ulaşmak için de ABD ordusunun sosyal medya içeriklerinin nicel ve nitel analizi yapılacaktır.

1. Kamu Diplomasisi ve Ordular

1.1. Kamu Diplomasisi Kavramının Genel Çerçevesi

Millî güvenliğin sağlanmasında önemli bir yere sahip olan güç kavramı, özellikle gelişmiş demokrasilerde, sert gücün egemen olduğu döneme göre daha soyut hale gelmiştir (Nye, 2004, s. 30). Bunun en önemli nedeni, ülkelerin millî hedeflerine ulaşması için geçmişte tek başına yeterli olabilen sert güc kullanımının, bugün hedeflere ulaşmada hâlâ önemli bir yere sahip olsa da; tek başına kullanıldığında birtakım problemleri beraberinde getirebiliyor olmasıdır. Diğer bir ifadeyle artık sert gücün tek başına kullanımı ülkelerin millî hedeflerine ulaşmasını garanti edememektedir. Kamu diplomasisi kavramı da bu noktada devreye giren ve bütünüyle bir ülkenin cezbetme gücü ile alâkalı olan “yumuşak güç” aracı olarak ön plana çıkmaktadır (Gilboa, 2008, s. 61; Karadağ, 2016b, s. 56).

Kamu diplomasisi kavramı, resmî bir politika olarak ilk kez ABD’de ortaya çıkmıştır. Kavramı ilk defa 1965 yılında kullanan Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Fakültesi Dekanı Edmund Guillon, kavramın uzun ve olumsuz bir geçmişe sahip olan propaganda kavramı yerine, üzerine yeni anlamlar inşa edilebilecek bir

kavrama duyulan ihtiyaçtan ortaya çıktığını ifade etmiştir (Cull, 2009, s. 19). Dolayısıyla ABD özelinde kavramın yeni bir iletişim faaliyeti olduğunu ifade etmek güçtür. Zaten ABD’de kamu diplomasisi faaliyetleri 1999 yılına kadar, başlangıçta bir propaganda birimi olarak kurulan ABD Enformasyon Ajansı (USIA, United States Information Agency) aracılığı ile yürütülmüştür. USIA, 1999’da yerini Kamu Diplomasisi ve Kamusal İlişkiler Müsteşarlığına (Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs) bırakmıştır. Söz konusu müsteşarlık günümüzde de faaliyetlerini sürdürmektedir.

Soğuk Savaş yıllarında kamu diplomasisi uygulamaları giderek önem kazanmıştır. Aynı dönemde uluslararası ilişkiler disiplininde de realizm hâkim paradigma haline gelmiştir. Dolayısıyla güç kavramını önemli bir parametre olarak kabul eden realizm kuramı ile yumuşak gücün bir aracı olan kamu diplomasisi arasında bir ilişki kurmak mümkündür (Karadağ, 2016b, ss. 77-78). Realizm kuramın önemli temsilcilerinden biri olan Morgenthau (1948, ss. 55-56, 100); ulusal gücün unsurlarını tanımlarken karar alıcılar açısından kamuoyu kavramının önemini ortaya koymuş ve kamu diplomasisi ile oldukça benzer bir amaca sahip olan “prestij siyaseti” kavramından bahsetmiştir. Uluslararası ilişkiler literatüründe gelişen güç kavramı içerisinde yumuşak güç unsurlarının önem kazanması, kamu diplomasisi faaliyetlerinin yoğunlaşmasına katkı sağlamıştır.

Ortaya çıktığı dönemden 1990’lara kadar genel olarak bir devletin başka bir devletin kamuoyunu etkilemek üzere, enformasyon ve basın-yayın alanları ile eğitsel-kültürel alan gibi alanlarda faaliyet göstermesini ifade eden kamu diplomasisi, günümüzde ticarî (Mogensen, 2017) veya askerî kamu diplomasisi (Wallin, 2015) gibi farklı bağlamlarda ele alınır hale gelmiştir. Bunlar içerisinde en önemlilerinden biri askerî kamu diplomasisi olarak ifade edilebilecek bağlamdır. Açık bir şekilde sert gücün aracı olan ordular, bir yandan silahlı gücü ile mücadeleye devam ederken, diğer taraftan devletlerinin yumuşak güçlerine katkıda bulunacak faaliyetlere ağırlık vermeye başlamışlardır. En büyük askerî örgüt olarak kabul edebileceğimiz NATO’nun (North Atlantic Treaty Organization) kamu diplomasisi birimini (NATO’s Public Diplomacy Division) 2003 yılında kurmuş olması, sert gücün kamu diplomasisi yaklaşımına yönelik önemli bir olaydır (Babst, 2008, s. 4).¹ Kamu diplomasisinin ordular bağlamında ele alınması sonucunu doğuran dönüşümün anlaşılması bu noktada büyük önem taşımaktadır. Geçmişte, sadece silahlı unsurlar arasında gerçekleşen savaş, zaman

içerisinde dönüşüme uğramıştır. Örneğin Napolyon döneminde fizikî muharebe sahasında insan gücüne dayalı olarak yapılan savaşlardan, düşmanı fiziksel olarak yenmekten ziyade muharebe alanına çıkmadan yenmeyi hedefleyen savaşlara doğru evrilmiştir (Lind, Nightengale, Schmitt, Sutton, & Wilson, 1989, ss. 23-25). Dolayısıyla savaşın aktörleri de değişmiş, bir tarafta mücadele eden devlet, kendini hasmının kamuoyu ile karşı karşıya bulur hale gelmiştir (Hammes, 1994). Böylece modern savaşlar harp sahasından kişilerin zihinlerine kaymış ve “fikirlerin savaşı (battle of ideas)” artık silahlı mücadele kadar önemli hale gelmiştir (Borg, 2008, s. 9). Dolayısıyla bu süreç içerisinde kamuoyunu etkilemeye yönelik kamu diplomasisi gibi iletişim faaliyetlerinin savaş bağlamında önem kazanması kaçınılmaz bir hâl almıştır.

Savaşın değişen doğası, uzunca bir süredir devletin sahip olduğu çeşitli araçlar ile bir yumuşak güç faaliyeti olarak icra edilen kamu diplomasisi çalışmalarına orduların da dahil edilmesini beraberinde getirmiştir. Bu durum, askerî –kamu– diplomasisi, savunma diplomasisi veya kamu diplomasisine askerî destek gibi çeşitli isimler ile ifade edilmektedir. Bu kapsamda icra edilen faaliyetlerin, söz konusu kavramın ismine bağlı olarak değişmediğini ifade etmek mümkündür. Bu çalışmada, ABD ordusunun söz konusu faaliyetleri esas alınarak, “kamu diplomasisine askerî destek” ifadesi kullanılacaktır.

1.2. ABD Ordusunun Kamu Diplomasisi Yaklaşımı

ABD ordusunun temel iletişim konsepti, “stratejik iletişim”dir. Kamu diplomasisi ise, “kamu diplomasisine askerî destek” ismiyle bu konseptin altında yer alan üç temel boyuttan biridir. Stratejik iletişimin diğer boyutları ise, kamusal ilişkiler (public affairs) ve enformasyon operasyonlarıdır (information operations) (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. II-6 - II-8).

ABD’de kamu diplomasisi ve stratejik iletişim gibi sınır dışına yönelik iletişim faaliyetlerinin ana esasları Beyaz Saray tarafından belirlenmekte ve bu faaliyetler Dışişleri Bakanlığı sorumluluğunda icra edilmektedir (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. II-1; White House, 2009). Ancak, stratejik iletişim ve kamu diplomasisine yönelik resmî dokümanlar incelendiğinde, ABD özelinde kamu diplomasisinin Dışişleri Bakanlığı’nca benimsendiğini, stratejik iletişimin ise üstü kapalı bir şekilde Savunma

Bakanlığı'na bırakıldığını ifade etmek mümkündür (Paul, 2011a, ss. 19-20; Policy Coordinating Committee for Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007). Bu hususu, stratejik iletişim altında yer alan enformasyon operasyonu gibi faaliyetlerin ordu ile olan yakın bağı ile ilişkilendirmek mümkündür. Bu kapsamda, stratejik iletişim-kamu diplomasisi ikilisi arasında birini diğerinin altına yerleştirmek gibi bir gayret içerisine girmek, bu çalışma için zorlama bir yaklaşım olacaktır. Dolayısıyla iki kavramı birbirleri ile kesişen faaliyet alanlarına sahip kavramlar olarak ele almak daha faydalı olacaktır. Bu bağlamda kamu diplomasisine askerî desteğin veya askerî kamu diplomasisinin ne olduğunun tam olarak anlaşılabilmesi için öncelikle kamu diplomasisi yaklaşımının açıklanması faydalı olacaktır.

Kamu diplomasisi, “bir hükümetin kendi sınırları dışında kamuoyu oluşturma, ulusal hedeflerine, çıkarlarına ve amaçlarına ulaşmak için yapılandırılmış, gerçeğe uygun bilgiyi yaymasına yönelik aleni girişimlerini” ifade eder (Riggins, 1998). ABD ordusunun resmî tanımı olarak kabul edilebilecek tanım ise şu şekildedir:

“ABD Hükümetinin önemli hedef kitleleri (key audience) anlamasına ve onlarla ilişki kurmasına odaklanarak; koordine edilmiş programların, planların, temaların, mesajların ve ürünlerin millî gücün tüm unsurlarının faaliyetleriyle senkronize olarak kullanılması aracılığı ile; ABD çıkarlarının, politikalarının ve hedeflerinin gelişmesine katkı sağlayacak olumlu koşulların yaratılması, güçlendirilmesi ve korunmasıdır” (Joint Chiefs of Staff, 2011, s. II-9).

Kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmekle sorumlu müsteşarlık, ABD kamu diplomasisi faaliyetlerinin misyonunu “ABD'nin politik hedeflerine ulaşmasına katkı sağlamak, ulusal çıkarlarını geliştirmek, haricî kamuları bilgilendirmek ve etkilemek ve ABD halkı ile dünyanın geri kalanında yaşayan vatandaşlar arasındaki ilişkileri genişletmek ve güçlendirmek suretiyle ulusal güvenliği artırmak” olarak belirtmiştir (U.S. Department of State, 2017, para. 1). Bu bilgiler ışığında kamu diplomasisi faaliyetlerini, Birinci Dünya Savaşı'ndan beri uygulanan ABD çıkarları doğrultusunda ikna ve rıza üretimi, yani propaganda çalışmalarının bir uzantısı şeklinde görmek mümkündür.²

Kamu diplomasisine askerî destek, sert gücün merkezinde yer alan ordunun bir yumuşak güç birimi olarak hareket etmesi anlamına gelir (Karadağ, 2016a). Sert gücün en önemli unsurlarından biri olan silahlı gücün, bir yumuşak güç aracı olarak kabul edilmesi başlangıçta çelişkili olarak görülebilir. Ancak kamu diplomasisine yönelik sunulan tanımda ve misyonda yapılan haricî kamuoyu vurgusu, ABD özelinde orduyu önemli bir araç olarak ön plana çıkarmaktadır. Çünkü ABD ordusu, muharip komutanlıklarına tüm dünyayı kapsayacak şekilde sorumluluk sahaları veren 177 ülkede, 200 bine yakın askeri bulunan bir ordudur (Desjardins, 2017). Bu özelliği ile ordunun ABD ile diğer ülke kamuoyları arasında bir arayüz vazifesi gördüğünü ifade etmek mümkündür. Ordu, ABD'nin yurt dışında en ön safta yer alan kurumlarından biri olması ve kamu diplomasisine ihtiyaç duyulan Irak ve Afganistan gibi bölgelerin güvenlik sorunları sebebiyle, bu faaliyetin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Greenspan, 2011, para. 1). Bu husus, ABD ordusunun ulusal iletişim faaliyetlerinin en ön saflarında yer alabileceğinin en açık göstergesidir. Eski Savunma Bakanı Robert Gates de “Sivil uzmanlık olarak iyi bir muadil olmasa da, ordunun kamu diplomasisi icra etmeye yetkili tek makam olan Dışişleri Bakanlığı'nın açıklarını kapattığını” ifade etmiştir (Greenspan, 2011). Dolayısıyla ABD özelinde, ordunun açık bir kamu diplomasisi aracı olarak görülmesinde herhangi bir çelişki olmadığını ifade etmek mümkündür. Sonuç olarak, ABD'ye göre dünyanın uzak bir köşesinde yaşayan bir insanın, gördüğü tek gerçek Amerikalının, bir Amerikan askeri olması ihtimali yüksektir.

Buraya kadar bahsedilenlerin ışığında, ABD ordusunun kamu diplomasisi yaklaşımına değinmeden önce, yapılan tanımlardaki haricî kamu vurgusu ve bunun yasal zeminine göz atmak çalışmanın ilerleyen bölümlerinin anlamlandırılması noktasında faydalı olacaktır. Buna göre; her ne kadar propaganda kavramı doğuştan olumsuz bir kavram olmasa da, ABD yasama organı, propagandanın dâhilî kamuya yapılmasını olumsuz bir durum olarak görmüş ve kamu diplomasisini de bu kapsamda değerlendirerek 1948 yılında çıkarılan Smith-Mundt Yasası (Public Law 402)³ ile yurt içine yönelik tüm kamu diplomasisi faaliyetleri yasaklanmıştır. ABD kamu diplomasisinin önemli araçlarından biri olan Fulbright Bursuna ismini veren Eski Senatör J. William Fulbright da “Amerikan halkının vergileriyle Amerikan halkına propaganda yapılamayacağına” kongreyi 1972 yılında ikna ederek; 1948'de çıkarılan söz konusu yasanın getirdiği yasaklamaların kapsamının genişletilmesini sağlamıştır. Bu yasaklar,

1985 yılında yapılan Zorinsky düzenlemesi ile daha da genişletilmiştir (Weed, 2012, ss. 4-5). Son zamanlarda bu yasaklamalar kısmen gevşetilmiş olsa da, tanımlarda yer alan “haricî kamular” ifadesi ve hâlâ dâhilî kamunun bir hedef kitle olarak belirlenmiyor olması, bu yasanın özünün korunduğunun göstergesidir. Kamu diplomasisine askerî destek faaliyetlerinin öncüsü olarak kabul edilebilecek Stratejik Etki Ofisi’nin (Office of Strategic Influence), 2002 yılı içerisinde (11 Eylül saldırılarından sonra açılmıştır) propaganda ve yanlış bilgilendirme faaliyetleri iddiaları sebebiyle kapatılmış olması (Greenspan, 2011, para. 38), bu konunun başka bir göstergesidir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere, kamu diplomasisi faaliyetlerinin propaganda faaliyetleri olarak algılandığı ve bu sebeple ABD halkına yönelik uygulanmasının yasak olduğu görülmektedir. Zaten kamu diplomasisi kavramının ortaya çıkışından sonra ABD’nin resmî olarak yurt dışına yönelik uyguladığı propagandayı bir iletişim şekli olarak kullandığına dair herhangi bir resmî belgeye rastlamak zordur. Bu kapsamda, Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği’nin yürüttüğü iletişim faaliyetleri, propaganda kapsamında ele alınırken; ABD’nin faaliyetleri, gerçeklerin sunumu olarak değerlendirilmiştir (Eisenhower, 1957, s. 158). Ancak söz konusu dönemde ABD’nin de benzer faaliyetler yürüttüğü unutulmamalıdır. Hatta bu durum, 1990’lı ve 2000’li yıllarda meydana gelen savaşlarda bile devam etmiştir. Örneğin Körfez Savaşı’nda hem ABD halkına hem de uluslararası kamuoyuna sunulan aldatıcı bilgiler, bu bağlamda oldukça dikkat çekicidir (Çetin & Toprak, 2016). Sonuç olarak, ABD ordusu her ne kadar propagandayı, icra ettiği iletişim faaliyetlerinden taraflı ve yanlış yönlendirici doğasına işaret ederek ayırıyor (Joint Chiefs of Staff, 2010c, ss. I-4) olsa da; bu durum olumsuz bağlamdaki propaganda faaliyetlerinin hem yurt içine hem de yurt dışına yönelik uygulanmadığı anlamına da gelmemektedir.

Önceki bölümden de anlaşılacağı üzere ABD’de kamu diplomasisi faaliyetleri, Dışişleri Bakanlığı koordinatörlüğünde yürütülmektedir. ABD ordusu ise bu faaliyetler için doğrudan bir icracı değil, destekçi olarak konumlanmıştır. Zira ABD ordusu, bu sebeple yaptığı faaliyetleri “Kamu Diplomasisine Askerî Destek” olarak adlandırmaktadır. Farklı çalışmalarda bu faaliyetler, askerî kamu diplomasisi (Wallin, 2015, s. 1) ya da kamu diplomasisi benzeri (public diplomacy-like) faaliyetler olarak adlandırılmaktadır (Rumbaugh & Leatherman, 2012, s. 3). Yine benzer şekilde, bu kapsamda icra edilen faaliyetlerin büyük kısmını kapsayan bir kavram olarak “savunma

diplomasisi” veya “askerî diplomasi” kavramları da kullanılabilir (Winger, 2014, para. 2). Hangi kavramın daha uygun olduğunu burada tartışmak, çalışmanın kapsamını aşmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada bu tür bir tartışmaya girilmeden, ABD ordusunun kavrama olan yaklaşımı esas alınacaktır.

Aslında ABD ordusu, iletişim faaliyetlerini çok geniş bir yelpazede yürütmektedir. Bu sebeple, kamu diplomasisine askerî destek başlığı altında icra ettiği faaliyetleri sınırlandırmak faydalı daha olacaktır. Bu sınırlandırma ise ABD ordusuna ait dokümanlar üzerinden yapılacaktır. Çünkü Rumbaugh ve Leatherman (2012) gibi bazı araştırmacılar, ABD ordusunun askerî enformasyon destek operasyonları (military information support operations, MISO) kapsamında ele aldığı faaliyetlerin bazılarını kamu diplomasisi başlığı altında ele alabilmektedir (s. 12). Teorik olarak bu faaliyetler ABD'nin iletişim stratejisinin nihaî amaçlarına hizmet ediyor olsa da, sonuç olarak ABD ordusu bu kapsamdaki faaliyetleri kamu diplomasisi bağlamında ele almamaktadır. Kamu diplomasisine askerî destek bağlamında, somut eylem olarak ev sahibi ülke ile ortaklıklarını geliştirmek üzere sağlık programlarının desteklenmesi, önemli kişiler ile ilişki kurulması (key leader engagement) gibi faaliyetler örnek olarak verilmiştir (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. II-8). Bu hususlara, Karadağ (2016a) tarafından belirtilen askerî eğitim programları ve bölgesel destek faaliyetlerini ilave etmek mümkündür (ss. 4-11). Eğitim programlarının kapsamını, ABD'nin genel kamu diplomasisi yaklaşımına uygun olarak tüm eğitsel ve kültürel faaliyetleri kapsayacak şekilde genişletmek mümkündür.

Askerî eğitim programları altında ele alınabilecek önemli hususlardan biri de askerî iş birliği faaliyetleridir. ABD, bu kapsamdaki faaliyetlerin icrasına oldukça önem vermektedir. Ancak öncelikle burada askerî iş birliği faaliyetlerinin kapsamının açıklanmasında fayda vardır. Çünkü askerî iş birliği kapsamında ele alınabilecek tatbikat faaliyetleri, “caydırıcılık” bağlamında ele alınarak, enformasyon operasyonu kapsamına dahil edilmiştir. Bu faaliyetleri; Irak, Suriye veya Afganistan gibi silahlı çatışmanın aktif olarak devam ettiği bölgelerde doğrudan caydırıcılık bağlamında ele almakta herhangi bir sakınca yoktur. Ancak, Güney Amerika veya Afrika gibi bölgelerde, tamamen ortak bir anlayış geliştirmek amacıyla askerî iş birliği kapsamında icra edilen faaliyetleri, kamu diplomasisi bağlamında ele almak daha faydalı olacaktır. Çünkü bu tür faaliyetlerin gözdağı vermekten ziyade, kamu diplomasisinin “ilişkileri genişletmek ve güçlendirmek” misyonuna daha fazla hizmet ettiğini ifade etmek mümkündür.

ABD ordusunun daha önce de belirtildiği gibi iletişim alanında yürüttüğü faaliyetler kamu diplomasisini desteklemek ile sınırlı değildir. Savunma Bakanlığı (U.S. Department of Defense, 2009, s. 35) stratejik iletişimi, “politikalarını gerçekleştirmek ve bu politikalar ile ilgili hedeflerine ulaşmak amacıyla diğer ülke kamuoylarını anlama ve kendisini onlara anlatma gayreti” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla aynı amaca hizmet eden ve birbirleri ile etkileşim içerisinde olan enformasyon operasyonu ve kamusal ilişkiler faaliyetleri de bu kapsamda icra edilmektedir. Taylor (2009, s. 14), stratejik iletişim kapsamındaki faaliyetlere psikolojik harekâtı ilave etmiş ve bunları “stratejik iletişimin dört sütunu” olarak nitelendirmiştir. Psikolojik harekât başlığı da aslında ordunun faaliyetleri kapsamında yer almaktadır. Ancak, Ordu bu faaliyeti ana faaliyet olarak değil, enformasyon operasyonu başlığı altında icra etmektedir (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. II-6). ABD ordusunun kamu diplomasisi yaklaşımına geçmeden önce, iletişim faaliyetlerini bütüncül olarak kavrayabilmek açısından söz konusu iki faaliyete de kısaca değinmekte fayda vardır.

ABD’de basın özgürlüğü ve bireylerin haber alma hakkı anayasa ile korunmaktadır. Ancak operasyon güvenliğinin sağlanması da önemli bir sorumluluktur (Joint Chiefs of Staff, 2010c, ss. I-1). Bu sebeple her enformasyon, tüm kamulara şeffaflık içerisinde sunulamamaktadır. Ordunun stratejik iletişim konsepti içerisinde yer alan kamusal ilişkiler, ordunun toplum ile kurmak zorunda olduğu bu iletişimi yönetme amacına hizmet etmektedir (Joint Chiefs of Staff, 2010c, s. vii). Savunma ve Dışişleri Bakanlıklarının (Defense Science Board, 2004, s. 12), “öncelikli olarak ABD medyası ve Amerikan vatandaşlarını etkilemeyi amaçlayan iletişim faaliyetleri” olarak tanımladıkları kamusal ilişkiler, ordu tarafından “dâhilî ve haricî hedef kitleler ile kurulan iletişim faaliyetleri” olarak tanımlanmıştır (Joint Chiefs of Staff, 2010a, s. 192). Kamusal ilişkiler, kamuya, meclise ve medyaya doğru ve zamanında enformasyon sağlayarak, liderlere güvenilir danışmanlık sağlama, moral ve hazırlık durumunu geliştirme, kamuların güven ve desteğini artırma, küresel anlayış yaratma, komutanın stratejisini destekleme ve caydırıcılık gibi amaçlara hizmet etmektedir (Joint Chiefs of Staff, 2010c, ss. ix, I-4 - I-6).

Bahsi geçen stratejik iletişim faaliyetleri içerisinde orduya özgü olan tek faaliyet, enformasyon operasyonlarıdır ve ABD ordusu bu tür faaliyetler icra ederek ulusal stratejik iletişimin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü enformasyon

operasyonları, doğrudan düşmanın veya haricî kamuların etkilenmesini hedeflemektedir (Paul, 2011b, s. 38). Enformasyon operasyonu “kendi karar verme sürecini korurken, düşmanın ve potansiyel düşmanların karar verme süreçlerini etkilemek, aksatmak, bozmak veya ele geçirmek için enformasyonla ilgili kabiliyetlerin askerî operasyonlarda diğer yeteneklerle bütünleştirilmiş şekilde uygulanması” olarak tanımlanmaktadır (Joint Chiefs of Staff, 2012, ss. I-1). Enformasyon operasyonu kavramı, ismi sebebiyle bilişim teknolojilerinin silah olarak kullanılması olarak algılanabilir. Ancak kavramın, belirli alanlarda faaliyetler icra edebilecek birlikler veya teknik donanıma sahip olmak değil; bu birlik ve donanımların ordunun amacına ulaşması için enformasyona yönelik faaliyetlerde kullanılması demektir (Joint Chiefs of Staff, 2012, ss. I-5).

Enformasyon operasyonu kavramı geniş bir kapsama sahiptir. Savunma Bakanlığı, 2004 yılında yayımladığı raporda, enformasyon operasyonu kavramını bilgisayar ağı operasyonları (saldırı ve savunma), elektronik harp, operasyon güvenliği, askerî aldatma ve psikolojik harekât faaliyetlerini kapsayacak şekilde kullandığını ifade etmektedir (Defense Science Board, 2004, s. 13). ABD ordusu da buna paralel olarak elektronik harp, siber uzay operasyonları, askerî enformasyon destek operasyonları (military information support operations, MISO), sivil-asker operasyonları (civil-military operations), askerî aldatma, istihbarat, kamusal ilişkiler faaliyetlerini enformasyon operasyonları ile ilişkili faaliyetler olarak listelemiştir (Joint Chiefs of Staff, 2012, ss. II-4).⁴ Söz konusu faaliyetler içerisinde, doğrudan iletişime yönelik tek faaliyetin, askerî enformasyon destek operasyonları olduğunu ifade etmek mümkündür.

Kısacası; kamu diplomasisi kavramını, ABD ordusunun bu kavrama ilişkin belirleyici stratejik iletişim konseptini ve yapılan dönemseller isimlendirmeleri bu şekilde aktarabiliriz. Buradan hareketle yapılacak olan analiz, ABD ordusunun her ne kadar kendisi doğrudan kamu diplomasisi olarak adlandırmasa da; bölgesel sorumlulukları kapsamında gerçekleştirdiği icraatları, bu çerçevede değerlendirmeye yarayacak noktaları açığa çıkaracaktır.

2. Araştırma

2.1. Yöntem

Bu araştırmada, ABD ordusunun muharip komutanlıkları kamu diplomasisi bağlamında değerlendirilerek, sosyal medya paylaşımları içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi genel olarak nicel bir yöntem olmakla birlikte, bazı durumlarda bu yönüyle konuya açıklık getirilmesi noktasında yetersiz kalabilmektedir. Bu nedenle, nitel ve nicel içerik analizi bu çalışmada birbirini tamamlayacak şekilde kullanılmıştır. Paylaşımların içerik analizine tabi tutulmasının temel amacı, muharip komutanlıkların kamu diplomasisine sağladıkları desteğe yönelik çıkarımlarda bulunmaktır.

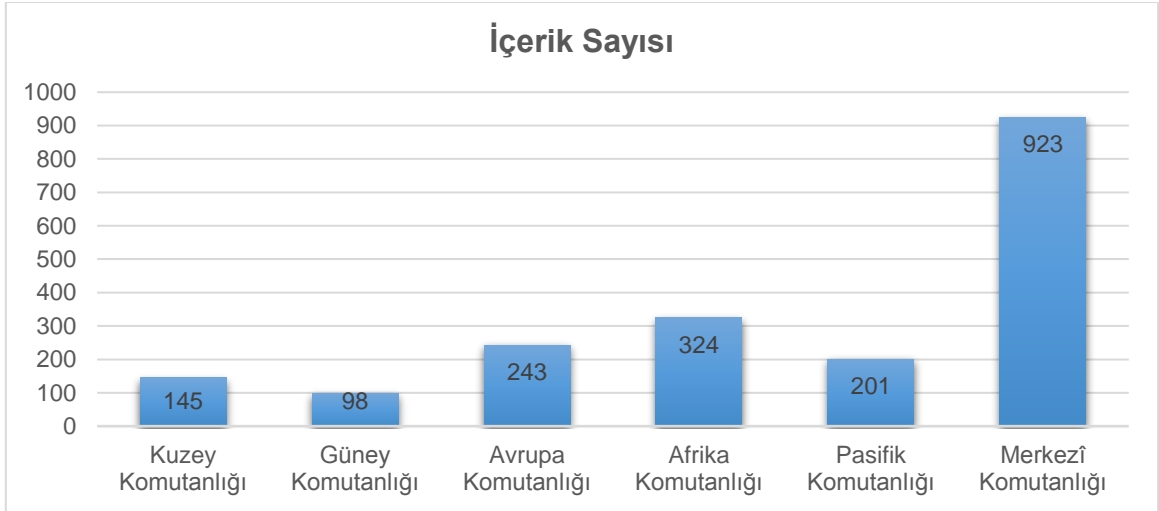
Araştırmanın konusu olarak kamu diplomasisini kavramsallaştıran ve yaklaşık yarım yüzyıldır bir araç olarak kullanan ABD ordusu seçilmiştir. ABD ordusu, sosyal medyayı açık bir şekilde hedef kitleler ile iletişim kurmak üzere bir araç olarak kabul etmektedir (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. III-11). Buna koşut olarak ABD ordusu sosyal medyayı en etkin kullanan ordulardan biridir. Bu noktadan hareketle, ABD ordusunun sosyal medya hesapları araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir.

ABD ordusu birlikleri faaliyetlerinin büyük kısmını sosyal medya üzerinden paylaşmaktadır. Bu nedenle, özellikle çalışmanın kapsamını oluşturan kamu diplomasisi faaliyetlerinin açık olarak icra edilen faaliyetler olarak sosyal medya üzerinden paylaşıldığı varsayımları, araştırmanın sosyal medya üzerinden yürütülmesinde etkili olmuştur.

ABD ordusu birliklerine ait farklı platformlarda pek çok sosyal medya hesabı mevcuttur. Ancak bu çalışmada sosyal medya, en fazla kullanıcıya sahip sosyal ağ olan Facebook⁵ hesapları ile sınırlandırılmıştır. Böylece kamu diplomasisine askerî desteği incelemek üzere amaçlı örnekleme yolu ile bölgesel sorumluluk sahalarına sahip muharip komutanlıkların Facebook hesapları, araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bölgesel sorumluluklara sahip muharip komutanlıklar üzerinden yapılmasının nedeni, ABD'nin açık bir şekilde hedef kitle olarak haricî kamuoylarını gösteren kamu diplomasisi tanımıdır. Söz konusu komutanlıklar, ABD'nin yurtdışında en ön saflarda yer alan temsilcileridir.

Örnekleme olarak belirlenen altı komutanlığa ait sosyal medya hesaplarının 01 Ocak-30 Haziran 2017 tarihleri arasındaki paylaşım sayıları, şekil-1’de görüldüğü gibi birbirinden oldukça farklıdır. İçerikleri karşılaştırabilmek için içerik örnekleme, söz konusu dönem içerisinde komutanlıkların yaptığı son 25 paylaşımından oluşturulmuştur (Toplam 150 içerik). Bu örnekleme oluşturulurken, yerel dillerde (İngilizce hariç) yapılan paylaşımlar değerlendirmeye alınmamıştır.

İnceleme kapsamında, “iletişim faaliyetinin türü” ve “hedef kitle”⁶ başlıkları araştırmanın ana kategorileri olarak belirlenmiştir. İçeriğin türü kategorisi, ABD ordusunun ana iletişim faaliyetlerini temsil etmektedir. Bu faaliyetler; enformasyon operasyonu (askerî enformasyon destek operasyonu) kamusal ilişkiler ve kamu diplomasisine askerî destek faaliyetlerdir (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. II-8). Bu faaliyetlerin dışında kalan faaliyetler için “diğer” alt kategorisi oluşturulmuştur. Çalışmanın kapsamını oluşturan kamu diplomasisi faaliyetlerine yönelik olarak “askerî iş birliği faaliyetleri”, “insanî yardım faaliyetleri”, “kültürel faaliyetler” ve “eğitsel faaliyetler” ise araştırmanın alt kategorileri olarak belirlenmiştir.

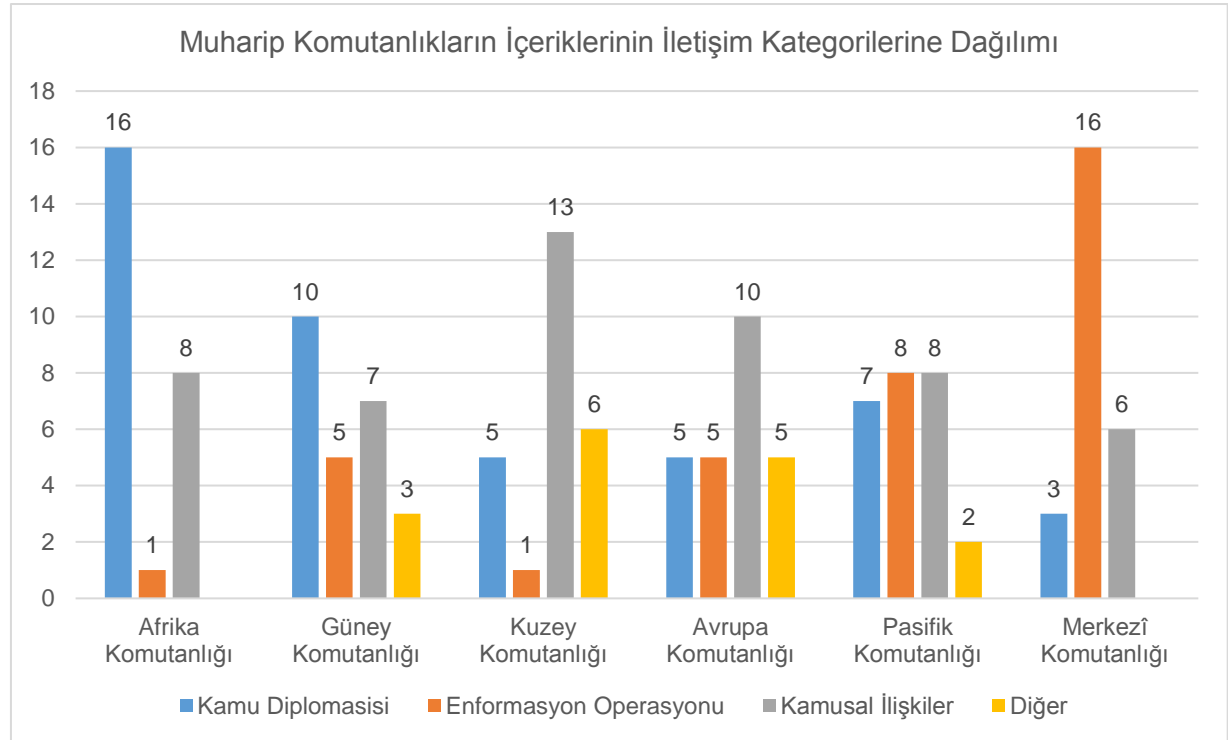


Şekil 1. 01 Ocak-30 Haziran 2017 tarihleri arasında yapılmış paylaşım sayıları.

“Hedef kitle” kategorisi ise, kamu diplomasisinin doğasına uygun olarak yerel ve uluslararası kamuoylarına uygun paylaşım yapılıp yapılmadığının ortaya konulması amacıyla belirlenmiştir. “Yerel kamuoyları” alt kategorisi, doğrudan hedef ülkenin kamuoyu ve komutanlığın sorumluluk sahasını kapsayan bölgesel kamuoylarını kapsayacak şekilde belirlenmiştir. “Uluslararası kamuoyu” alt kategorisi ise, sorumluluk

sahasından daha geniş bir hedef kamuoyuna yönelik içerikleri tespit etmek üzere belirlenmiştir. “ABD kamuoyu” alt kategorisi ise hem iç kamuoyuna yönelik hem de ABD ordusu personeline yönelik içerikleri tespit etmek üzere belirlenmiştir. Bununla beraber içeriklerin doğrudan yukarıda yer alan alt kategorilerden birine dahil olmayanlarını incelemek üzere de “Genel” başlıklı alt kategori oluşturulmuştur.

2.2. Araştırmanın Bulguları



Şekil 2. Muharip Komutanlıkların İçeriklerinin İletişim Kategorilerine Dağılımı.

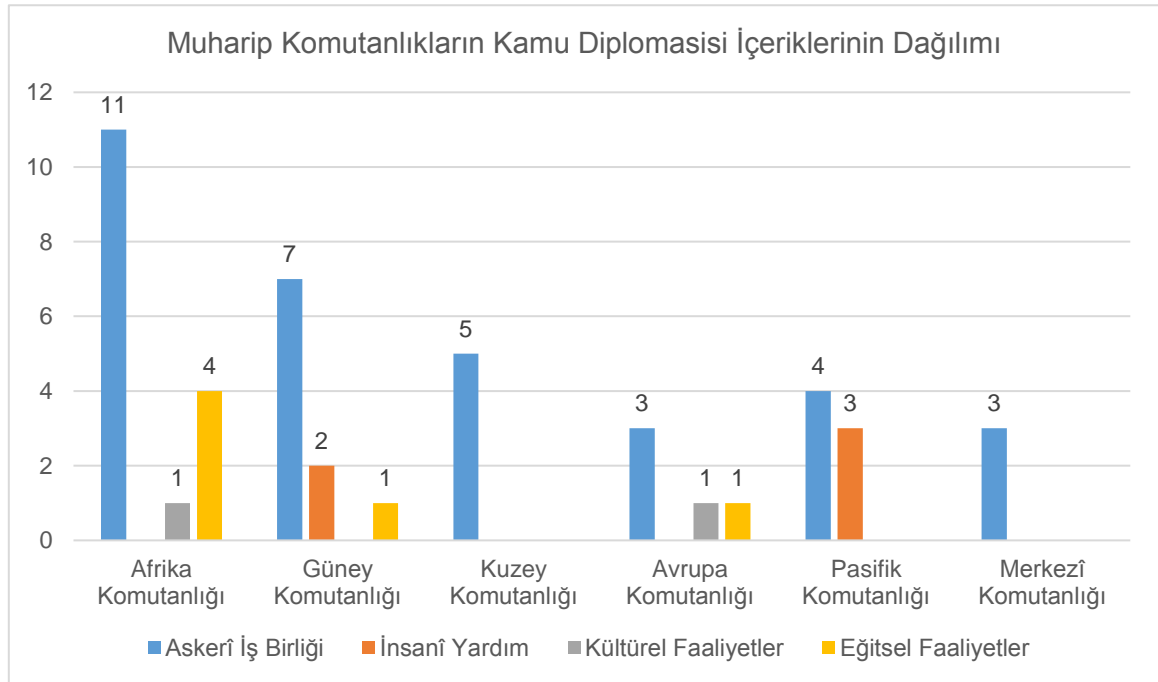
İlk kategori olan “iletişim faaliyetinin türü” kategorisine ilişkin veriler şekil-2’de görüldüğü gibidir. Burada muharip komutanlıkların sosyal medya faaliyetlerinin kamusal ilişkiler ve kamu diplomasisi alt kategorilerine yoğunlaştığını görmek mümkündür.

İncelenen toplam 150 içeriğin 46'sı kamusal ilişkiler, 46'sı da kamu diplomasisi olarak nitelendirilebilecek faaliyetlere ilişkin içeriklerdir.

Kamu diplomasisine yönelik içerikler, bütün içerisinde büyük yer tutuyor gibi görünse de; bu sayının bu kadar yüksek görünmesinin temel nedeni, Afrika Komutanlığı'nın kamu diplomasisi paylaşımlarının yüksek seviyede olmasıdır. Bu sebeple içerikleri genel üzerinden değerlendirmek yerine, birlikler üzerinden değerlendirmek daha faydalı olacaktır.

Kamu diplomasisine yönelik içerikler açısından Afrika Komutanlığı ile Güney Komutanlığı'nın yüksek düzeyde paylaşımlarının ön plana çıktığını ifade etmek mümkündür. Diğer komutanlıkların paylaşımları görece bu iki komutanlığın gerisinde ve birbirine yakın seviyelerdedir.

Afrika Komutanlığı'na ilişkin şekil-2'de yer alan verilerden hareketle, kamu diplomasisine yönelik faaliyetlere ağırlık verildiğini ifade etmek mümkündür. Şekil-3'te görüldüğü üzere, Afrika Komutanlığı'nın kamu diplomasisine yönelik içerikleri arasında en büyük pay ise askerî iş birliği faaliyetlerindedir. Bunu sırasıyla eğitsel ve kültürel faaliyetler takip etmektedir.



Şekil 3. Muharip Komutanlıkların Kamu Diplomasisi İçeriklerinin Dağılımı.

Kamu diplomasisine yönelik içeriklerin hedefinde yer alan ülkeler; Senegal, Gine-Bissau, Cibuti, Gabon ve Kongo Demokratik Cumhuriyeti ve Gabon gibi ülkelerdir. Bu ülkeler, diğer Afrika ülkeleri gibi gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer almakta ve Gabon hariç kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasılları hem dünya hem de Afrika ortalamasının altındadır (International Monetary Fund, 2017; The United Nations, 2014, s. 146). Aynı zamanda bu ülkeler, orta ve az insani gelişmişlik seviyelerine sahip olan ülkelerdir (United Nations Human Deveploptment Programme, 2015). Bu noktada, ABD ordusunun bu bölgedeki kamu diplomasisine askerî destek faaliyetlerinin, refah seviyesi düşük devletlere yönelik olduğunu ifade etmek mümkündür.

Güney Komutanlığı'na ait içeriklerde kamu diplomasisine yönelik mesajların oranı yüzde 40'tır (şekil-2). Şekil-3'te görüldüğü gibi Güney Komutanlığı'nın da içerikleri arasında en yüksek pay, askerî iş birliği faaliyetlerine yönelik içeriklerdir. Bunun yanı sıra az da olsa insanî yardım ve eğitim ile ilgili faaliyetlere de yer verildiği görülmektedir.

Afrika Komutanlığı'na benzer şekilde burada da içeriklerin hedefinde yer alan ülkelerin, ekonomik olarak gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer aldığı görülmektedir (The United Nations, 2014, s. 146). Ancak söz konusu ülkelerin ekonomik ve insanî gelişmişlik düzeyleri, Afrika kıtasındaki ülkelere daha yukarıdadır. Bununla birlikte söz konusu ülkeler, kendi bölgesi içerisinde kişi başına düşen gelir açısından da genel olarak ortalamanın altında kalan ülkelerdir (International Monetary Fund, 2017).

Kuzey Komutanlığı'nın şekil-2'de yer alan içeriklerinin dağılımından hareketle; birliğin kamu diplomasisi paylaşımlarının düşük seviyede olduğu ve sosyal medyayı, genel olarak kendisi ile ilişkili haberleri paylaşmak üzere kullandığı (kamusal ilişkiler) görülmektedir. Bu noktada kamu diplomasisine yönelik içeriklerin düşük seviyede kalmasını, birliğin sorumluluk sahası ile ilişkilendirmek mümkündür. Birliğin sorumluluk sahası ise dahili kamuoyunu da kapsayan Kuzey Amerika'dır. ABD'nin kamu diplomasisine yönelik yasal mevzuatı düşünüldüğünde, birliğin hedef kitlesinin Kanada ve Meksika ile sınırlandırıldığı görülmektedir. Zaten kamu diplomasisine yönelik olduğu değerlendirilen içeriklerin büyük bir kısmı da Kanada ile olan askerî iş birliği faaliyetlerini içermektedir.

Öte yandan, Avrupa Komutanlığı'nın içeriklerinin önceki birliklere göre kısmen daha dengeli olarak dağıldığını ifade etmek mümkündür (Şekil-2). Bu dengeyi bozan içeriklerin, kamusal ilişkiler başlığına yönelik içerikler olduğu görülmektedir. Bu anlamda birliğin sosyal medyayı Kuzey Komutanlığı'na benzer şekilde kamularını haberdar etmek üzere kullandığını söyleyebilmek mümkündür. Kamu diplomasisine yönelik olduğu değerlendirilen içeriklerin büyük kısmı ise Şekil-3'te görüldüğü gibi yine askerî iş birliği faaliyetlerine ilişkin içeriklerdir. Bunun yanı sıra eğitsel ve kültürel faaliyetlere yönelik içerikler de paylaşmıştır. Kamu diplomasisine yönelik içeriklerin büyük kısmı ise yine bölgesel ortalamasının altında gelire sahip olan Beyaz Rusya ve Macaristan gibi ülkelere yöneliktir.

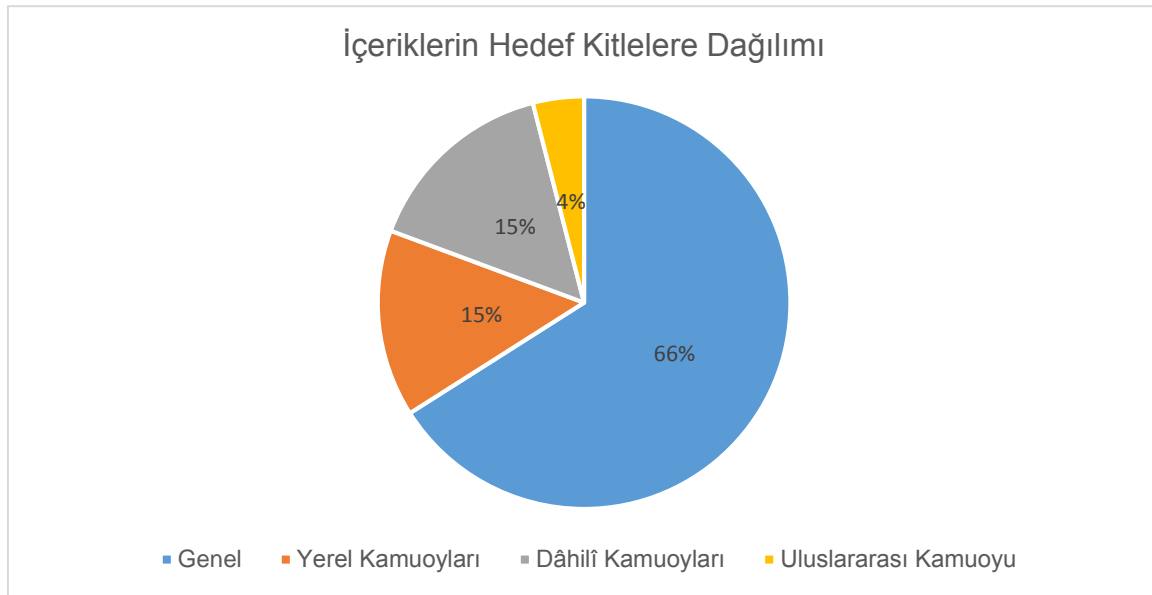
Pasifik Komutanlığı'nın içeriklerine bakıldığında, Şekil-2'de de görüldüğü üzere, dengeli bir dağılımın olduğu görülmektedir. Bu noktada sosyal medya içeriklerinin yoğunlaştığı özel bir konu yoktur. Zira kamu diplomasisine yönelik içeriklerin genelde askerî iş birliği ve insanî yardım konularına yönelik olduğu görülmektedir. Askerî iş birliği içeriklerinin hedefinde ise, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi bölgesel ekonomik düzeyin de çok üzerindeki ülkeler yer almaktadır. İnsanî yardıma yönelik içerikler ise, bölgenin kişi başına düşen gelir ortalamasının altında kalan Nepal ve Sri Lanka gibi ülkelere yöneliktir. Ancak bu noktada, söz konusu insanî yardım içeriklerinin bölgede yaşanan doğal afetlere sağlanan destek ile ilgili olduğunun belirtilmesi de faydalı olacaktır.

ABD Merkezî Komutanlığı'nın içeriklerinin dağılımında, Şekil-2'de görüldüğü üzere, paylaşılan içeriklerin büyük kısmı enformasyon operasyonu alt kategorisinde yer almaktadır. Birliğin sorumluluk sahasında, özellikle IŞİD'e karşı yoğun bir şekilde askerî operasyonların devam ediyor olması, bu kategorideki içeriklerin yüksek düzeyde paylaşılmasının nedeni olarak gösterilebilir. Kamu diplomasisinin bir barış zamanı faaliyeti olduğu düşünüldüğünde, silahlı çatışmanın yoğun bir şekilde devam ettiği bir bölgede bu faaliyetlerin geri planda kalmasının doğal olduğunu ifade etmek mümkündür. Düşük düzeyde yer alan kamu diplomasisi içerikleri ise, insanî yardım faaliyetlerine yöneliktir.

İçeriklerin hedef kitlelere dağılımı Şekil-4'te görüldüğü gibidir. İçeriklerin büyük kısmı “Genel” kategorisi altında toplanmıştır. Bu durumun, ABD ordusunun iletişim

yaklaşımı ile pek bağdaşmadığını belirtmek gerekir. Çünkü ABD ordusu, hedef kitlelerin mesajın belirlenmesi konusunda önemli bir unsur olduğunu belirtmektedir.

Dâhilî kamuoylarına yönelik içerikler, düşük düzeyde de olsa paylaşımları içerisinde yer almıştır. Bununla birlikte, kamu diplomasisinin ana hedef kitlesi olan yerel kamuoylarına yönelik içeriklerin, sorumluluk sahaları göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde, oldukça düşük düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır. Kamu diplomasisi açısından önem taşıyan bir başka hedef kitle olan uluslararası kamuoyuna yönelik içeriklerin de benzer şekilde oldukça düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Tüm bu içeriklerin düşük düzeyde kalmış olmasının en önemli nedeni ise net bir şekilde bir hedef kitleye yönelik olmayan ve “*genel*” kategorisi altında incelenen içeriklerin sayısının yüksek düzeyde olmasıdır.

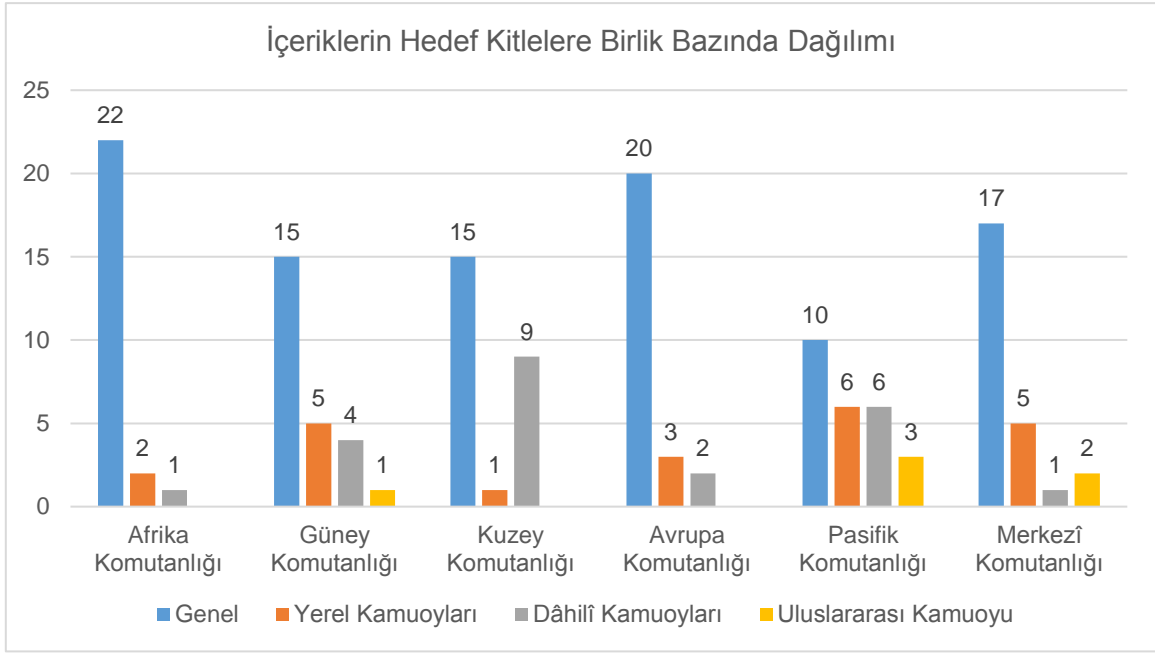


Şekil 4. İçeriklerin Hedef Kitlelere Dağılımı.

İçeriklerin hedef kitlelere dağılımı Şekil-4’te görüldüğü gibidir. İçeriklerin büyük kısmı “*Genel*” kategorisi altında toplanmıştır. Bu durumun, ABD ordusunun iletişim yaklaşımı ile pek bağdaşmadığını belirtmek gerekir. Çünkü ABD ordusu, hedef kitlelerin mesajın belirlenmesi konusunda önemli bir unsur olduğunu belirtmektedir.

Dâhilî kamuoylarına yönelik içerikler, düşük düzeyde de olsa paylaşımları içerisinde yer almıştır. Bununla birlikte, kamu diplomasisinin ana hedef kitlesi olan yerel kamuoylarına yönelik içeriklerin, sorumluluk sahaları göz önünde bulundurularak

değerlendirildiğinde, oldukça düşük düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır. Kamu diplomasisi açısından önem taşıyan bir başka hedef kitle olan uluslararası kamuoyuna yönelik içeriklerin de benzer şekilde oldukça düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Tüm bu içeriklerin düşük düzeyde kalmış olmasının en önemli nedeni ise net bir şekilde bir hedef kitleye yönelik olmayan ve “genel” kategorisi altında incelenen içeriklerin sayısının yüksek düzeyde olmasıdır.



Şekil 5. İçeriklerin Hedef Kitlelere Birlik Bazında Dağılımı.

İçeriklerin “genel” kategorisi altında yoğunlaşmış olması, birliklerin hedef kitlelere yaklaşımlarına yönelik bir değerlendirme yapılmasını zorlaştırmaktadır. Şekil-5’te yer alan dağılımdan da hareketle bazı hususları açıklamak şu şekilde açıklamak mümkündür: İlk olarak, dâhilî kamuoylarına yönelik içeriklerin, Kuzey Komutanlığı’nın paylaşımlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durumu, birliğin sorumluluk sahasının Kuzey Amerika’yı kapsıyor olması ile ilişkilendirmek mümkündür. Bunun haricinde, Pasifik Komutanlığı’nın içeriklerinin daha belirgin bir şekilde hedef kitlelere dengeli olarak dağıldığını görmek mümkündür.

3. Değerlendirme ve Sonuç

İçeriklerin iletişim kategorilerine bölgesel dağılımları incelendiğinde, yapılan paylaşımların muharip komutanlıkların sorumluluk sahalarına bağlı olarak değiştiği ve

kamu diplomasisine yönelik paylaşımlar ile sınırlı kalmadığı görülmektedir. Bu durum, komutanlıkların ihtiyaçları doğrultusunda hareket ettiğini göstermektedir. Çatışmaların yoğun olarak devam ettiği ve ABD birliklerinin aktif olarak görev aldığı Merkezî Komutanlık bölgesinde, içerikler enformasyon operasyonu kategorisinde yoğunlaşırken; Afrika Komutanlığı bölgesinde kamu diplomasisi faaliyetlerinin yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte kamu diplomasisi faaliyetlerinin yasak olduğu Kuzey Komutanlığı bölgesinde ve propaganda kavramının negatif bir çağrışıma neden olduğu Avrupa Komutanlığı bölgelerinde, “kamusal ilişkiler” içeriklerinin yoğunlaşması da dikkat çekicidir. Dolayısıyla muharip komutanlıkların, standart bir yaklaşıma sahip olmadıkları ve iletişim faaliyetlerinin kendi sorumluluk sahalarına uygun olarak şekillendiği açık bir şekilde görülmektedir.

ABD ordusu birliklerinin kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde değerlendirilen paylaşımlarının, genel olarak askeri iş birliği faaliyetleri çerçevesinde olduğu şekil-4’te de görülmektedir. Her ne kadar kamu diplomasisi çok boyutlu bir faaliyet olsa da; ordunun bunu askerî iş birliği üzerinden yürütüyor olması, kendi faaliyet sahası da göz önünde bulundurularak, uygun bir davranış olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla bu alanda yaratılacak ittifakların, dostlukların ve karşılıklı anlayışa sağlanacak her türlü katkının, kamu diplomasisi bağlamında değerli olduğu tartışmasızdır.

Kamu diplomasisi içeriklerinin, sorumluluk sahaları içerisinde belirli bir çerçeveye uygun olarak paylaşıldığını ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda, kamu diplomasisine ilişkin içeriklerin birkaç istisna dışında tamamının bölgesel olarak daha düşük refah seviyesine ve kişi başına düşen millî gelire sahip ülkelere yönelik olduğu dikkat çekicidir. Bu hususu, ABD Ulusal Güvenlik Stratejisinde (*National Security Strategy*, 2015, s. 23) yer alan “barış, güvenlik, refah ve insan haklarının korunması için gerekli temelleri teşkil edecek kurumların, normların ve kuralların oluşturulması” hususu ile ilişkilendirmek mümkündür. Çünkü ABD bu durumu kendisine bir fırsat ve bir zorunluluk olarak görmektedir.

Hedef kitle analizine yönelik olarak, “*genel*” kategorisinde yer alan içeriklerin sayısının fazlalığı dikkat çekmektedir. Bu durum, ABD’nin kamu diplomasisine askerî destek faaliyetlerini de kapsayan iletişim konsepti olan stratejik iletişim konsepti ile

çelişmektedir. Çünkü söz konusu konsept içerisinde hedef kitlelerin tespiti ve mesajların bu gruplara yönelik olarak üretilmesi önemli bir yer tutmaktadır. Söz konusu çelişkiyi, stratejik iletişimin sosyal medya kullanımı ile sınırlı olmadığı ve burada yapılan paylaşımların daha ziyade sosyal medyanın doğasına uygun olarak yapılıyor olması ile açıklamak mümkündür.

Dâhilî kamuoyuna yönelik içeriklerin büyük kısmı ise, kamusal ilişkiler kategorisinde yer alan içeriklerdir. Bu bağlamda kamusal ilişkiler olarak tanımlanabilecek içeriklerin yoğunluğunu hedef kitle ile bir arada ele almak daha faydalı olacaktır. Bu türdeki iletişim faaliyetlerini kapsayan kategori, ABD dâhilî kamuoyuna iletilmesi yasal olarak serbest olan tek kategoridir. Ordular açısından dâhilî kamuoyunun öneminin göz ardı edilemeyeceği değerlendirildiğinde, bu türdeki içeriklerin yüksek düzeyde çıkması daha anlaşılır hale gelmektedir.

ABD ordusunun kamu diplomasisi kapsamında icra edilen faaliyetlerin bir kısmına ağırlık verdiği, bir kısmını neredeyse dikkate almadığı çalışma sonucunda açıkça görülmüştür. Ordunun kamu diplomasisi faaliyetleri içerisinde askerî iş birliği faaliyetlerine açık bir şekilde ağırlık veriyor olması, sert güç unsuru olan söz konusu kurumun imkânları dahilinde en iyi yaklaşımı benimsediğini göstermektedir. Bu kapsamdaki eğitsel faaliyetlerin büyük önem taşıdığı da aşikârdır. Özellikle eğitim, karşılıklı bilgi alışverişi ve koordinasyonu sağlamak üzere icra edilen faaliyetlerin büyük ölçüde ABD yararına hizmet ettiğini anlamak çok zor olmayacaktır.

Yine benzer şekilde, ABD ordusunun gerektiğinde kurtarma ve insanî yardım faaliyetlerinde ön saflarda yer alıyor olması, kurumun yapısına uygun kamu diplomasisi faaliyetlerine örnektir. Sahip olduğu teknolojik imkânlar ve güçlü hiyerarşik yapı ile orduların bu tür faaliyetlerdeki yeri ve etkinliği tartışılmazdır. Hele ki güvenlik sebebiyle sivil toplum kuruluşlarının ulaşmasının güç olduğu bölgelerde, orduların bu faaliyetlerdeki yeri vazgeçilmezdir. Dolayısıyla ABD ordusunun bu kapsamdaki faaliyetlerinin de kurumsal yapısına uygun faaliyetler olduğunu ifade etmek mümkündür.

Son olarak ordunun kamu diplomasisi faaliyetlerinin özellikle kültürel faaliyetler konusunda oldukça düşük seviyede kaldığı görülmektedir. Bu noktada öncelikle orduların bir kültür elçisi olmadıkları gerçeğini kabul etmek gerekmektedir. Bu kapsamda

ABD ordusunun da kamu diplomasisi kapsamında faaliyetler yürütüyor olmasına rağmen, bu tür bir misyonu olmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kamu diplomasisine destek bağlamında bu alanda sınırlı bir yaklaşıma sahip olmanın, ABD ordusu açısından sıra dışı bir durum olmadığını söylemek mümkündür.

İlk bakışta hedef kitlelere özel içerik paylaşımı bağlamında “*genel*” kategorisinin yoğunluğu kafa karıştırıcı görünmektedir. Fakat bölgesel olarak yürütülen faaliyetlerin ilgili olduğu ülkelerin belirli özelliklerinin ön plana çıkıyor olması, yürütülen faaliyetlerin belirli bir sistem çerçevesinde gerçekleştirildiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak, ABD ordusu tam olarak tanımladığı gibi kamu diplomasisini tüm boyutları ile üstlenmemekte, ulusal kamu diplomasisi faaliyetlerine kendi imkânları ve belirli bir sistem dahilinde destek sağlamaktadır. Bu kapsamda ABD ordusunun benimsediği çerçevenin doğasına uygun olarak belirlendiği açıktır. Sert gücün en önemli unsuru olan ordunun, bu tür yumuşak güç faaliyetlerinde kendini gösteriyor olmasını, Nye’in (2009, s. 160) akıllı güç kavramının bir doğru uygulaması olarak da değerlendirmek mümkündür. Bu yolla hem genel olarak ABD’nin hem de ordunun bizzat kendisinin itibarının geliştirilmesine katkı sağlayabileceği açıktır.

Sonnotlar

1. NATO'nun kamu diplomasisi biriminin 2000'li yıllarda kurulmuş olması, bu tarihe kadar iletişim faaliyeti icra edilmediği gibi algılanmamalıdır. Çünkü söz konusu birim, Enformasyon ve Basın Ofisi'ni (NATO Office of Information and Press) ardılı olarak kurulmuştur.
2. Bu noktada propaganda kavramını sahip olduğu olumsuz çağrışımlardan arındırmak gerekir. Çünkü tanımı gereği kitlelerin inanasına yönelik bütün iletişim faaliyetleri propaganda olarak değerlendirilmektedir (Pratkanis & Aronson, 2008, s. 12). Bu maksatla yürütülen faaliyetlerin olumsuz bir silaha dönüşmesi, doğrudan onu kullananların niyetleri ile alakalıdır. Nihayetinde Lasswell'in de belirttiği gibi "propaganda bir pompa kolundan daha ahlaklı ya da ahlaksız değildir" (Snow, 2012, para. 3).
3. <https://www.state.gov/documents/organization/177574.pdf> (Erişim Tarihi: 01 Mart 2017).
4. Savunma Bakanlığının sıralamış olduğu faaliyetler arasında iletişim faaliyetleri ile doğrudan bağlantısı olan tek faaliyet, psikolojik harekâttir. Ancak bu faaliyet enformasyon operasyonu kavramı için 2012 yılında ordu tarafından çizilen çerçevenin dışında kalmış gibi görünmektedir. Aslında psikolojik harekâtın çizilen çerçevenin dışında kalmış olması bir yanılgıdır. Çünkü ortadan kalkmamış, sadece isim değiştirmiştir. Savunma Bakanlığı'nın psikolojik harekât tanımı (Defense Science Board, 2004, s. 13) ile ordunun MISO tanımı (Joint Chiefs of Staff, 2010b, ss. I-1) neredeyse aynıdır. Bu değişim, psikolojik harekâtın sahip olduğu negatif algı sebebiyle 2010 yılında Özel Operasyonlar Komutanlığı tarafından Psikolojik Harekât Alayı'na yönelik çıkarılan bir memorandum ile başlamıştır (Paul, 2011b, s. 38) Sonrasında bu durum ordunun bütün yayınlarına ithal edilmiştir. ABD'nin enformasyon operasyonu terminolojisindeki değişim, NATO'nun terminolojisini etkilememiştir. NATO, psikolojik harekât kavramını kullanmaya devam etmektedir (Bkz. STANAG 2508 – Allied Joint Doctrine for Psychological Operations-AJP-3.10.1 (B). <https://nso.nato.int/nso/nsdd/listpromulg.html> Erişim Tarihi: 19 Mart 2017).
5. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (Erişim Tarihi: 12.08.2017).
6. Bu noktada hedef kitle kavramının ABD ordusunun iletişim faaliyetlerinde önemli bir yer tuttuğunu belirtmek gerekir. Kamu diplomasisi faaliyetlerini de kapsayan stratejik iletişim konseptinin en önemli noktalarından biri hedef kitlelerin doğru belirlenmesidir ve bu konu stratejik iletişimin ilk aşamasında ele alınır (U.S. Joint Forces Command, 2010, ss. IV-1 - IV-6). Başka bir deyişle, ABD ordusunun iletişim yaklaşımında her hedef kitleye uygun mesaj belirlenmesinin başlangıcın önemli bir adımı olduğunu ifade etmek mümkündür. Buna koşut olarak hedef kitleye verilen önemi yapılan kamu diplomasisi tanımlarında da görmek mümkündür.

Kaynakça

- Babst, S. (2008). Reinventing NATO's Public Diplomacy. *NATO Research Paper*(41).
- Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and Practice* (5. ed.). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Borg, L. J. (2008). Communicating with intent: the Department of Defense and strategic communication. *Incidental Paper, Centre for Information Policy Research and Harvard University*.
- Cull, N. J. (2009). "Public Diplomacy" Before Gullion: The Evolution of a Phrase | USC Center on Public Diplomacy. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (ss. 19-23). New York: Routledge.
- Çetin, M., & Toprak, Y. E. (2016). Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Kamuoyu Oluşturmada Spin: Birinci Körfez Savaşı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(42).
- Defense Science Board. (2004). *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*. Erişim Tarihi (12 Şubat 2017)
<https://fas.org/irp/agency/dod/dsb/commun.pdf>
- Desjardins, J. (2017). U.S. Military Personnel Deployments by Country. Retrieved from <http://www.visualcapitalist.com/u-s-military-personnel-deployments-country/> adresinden 23 Aralık 2017 tarihinde alınmıştır.
- Eisenhower, D. D. (1957). *The Public Papers of the Presidents of the United States (January 1 to December 31, 1957)*. Erişim Tarihi (28 Mart 2017).
<http://quod.lib.umich.edu/p/ppotpus/4728417.1957.001/198?rgn=main;view=image>
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 55-77.
- Greenspan, R. (2011). Public Diplomacy in Uniform: The Role U.S. Department of Defense in Supporting Modern Day Public Diplomacy. Erişim Tarihi (22 Mart 2017).
http://www.unc.edu/depts/diplomat/item/2011/0104/comm/greenspan_pduniform.html
- Hammes, T. X. (1994). The Evolution of War: The Fourth Generation. *Marine Corps Gazette*, 78(9), 35-44.
- International Monetary Fund. (2017). World Economic Outlook. Erişim Tarihi (09Ağustos 2017).
<http://www.imf.org/external/datamapper/PPPPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>
- Joint Chiefs of Staff. (2010a). *Joint Publication 1-02: Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms (Amended Through 15 February 2016)*.
- Joint Chiefs of Staff. (2010b). *Joint Publication 3-13.2: Military Information Support Operations (Incorporating Change 1, 20 December 2011)*.
- Joint Chiefs of Staff. (2010c). *Joint Publication 3-61: Public Affairs*.
- Joint Chiefs of Staff. (2012). *Joint Publication 3-13: Information Operations (Incorporating Change 1, 20 November 2014)*.
- Karadağ, H. (2016a). Forcing the Common Good: The Significance of Public Diplomacy in Military Affairs. *Armed Forces & Society*, 43(1), 72-91.
doi:10.1177/0095327x16632334
- Karadağ, H. (2016b). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Lind, W. S., Nightengale, K., Schmitt, J. F., Sutton, J. W., & Wilson, G. I. (1989). The Changing Face of War: Into the Fourth Generation. *Marine Corps Gazette*, 73(10), 22-26.
- Mogensen, K. (2017). From public relations to corporate public diplomacy. *Public Relations Review*, 43(3), 605-614. doi:10.1016/j.pubrev.2017.03.011
- Morgenthau, H.J. (1948). *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Alfred A. Knopf.
- National Security Strategy. (2015). Washington. Erişim Tarihi (13 Mart 2017). <http://nssarchive.us/national-security-strategy-2015/>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2009). Get smart: Combining hard and soft power. *Foreign Affairs*, 160-163.
- Paul, C. (2011a). *Getting Better at Strategic Communication*. RAND Corporation Erişim Tarihi (27 Mart 2017). http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/2011/RAND_CT366.pdf
- Paul, C. (2011b). *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates*. California: Praeger.
- Policy Coordinating Committee for Public Diplomacy and Strategic Communication. (2007). *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication*. Erişim Tarihi (06 Mart 2017). http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat_strat_comm.pdf
- Pratkanis, A. R., & Aronson, E. (2008). *Propaganda Çağı: İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali* (N. Haliloğlu, Trans.). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Riggins, J. (1998). *A Strategic Assessment of Public Diplomacy*.
- Rumbaugh, R., & Leatherman, M. (2012). *The Pentagon as Pitchman: Perception and Reality of Public Diplomacy*. Erişim Tarihi (22 Mart 2017). https://www.stimson.org/sites/default/files/file-attachments/Pentagon_as_pitchman_0.pdf
- Snow, N. (2012). Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Persuasion. Erişim Tarihi (22 Mart 2017). <http://www.e-ir.info/2012/12/04/public-diplomacy-and-propaganda-rethinking-diplomacy-in-the-age-of-persuasion/>
- Taylor, P. M. (2009). Public Diplomacy and Strategic Communications. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (ss. 12-16). New York: Routledge.
- The United Nations. (2014). *World Economic Situation and Prospects 2014*. Erişim Tarihi (09 Ağustos 2017). http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2014wesp_country_classification.pdf
- U.S. Department of Defense. (2009). *Quadrennial Roles and Missions Review Report*. Erişim Tarihi (19 Mart 2017). https://www.defense.gov/Portals/1/features/defenseReviews/QDR/QRMFinalReport_v26Jan.pdf
- U.S. Department of State. (2017). Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs, Erişim Tarihi (14 Mart 2017) <https://www.state.gov/r/>
- U.S. Joint Forces Command. (2010). *Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy*. Suffolk.

- United Nations Human Development Programme. (2015). Human Development Reports. Erişim Tarihi (09 Ağustos 2017). <http://hdr.undp.org/en/composite/HDI>
- Wallin, M. (2015). *Military Public Diplomacy: How the Military Influences Foreign Audiences*. Erişim Tarihi (09 Mart 2017). <https://www.americansecurityproject.org/wp-content/uploads/2015/02/Ref-0185-Military-Public-Diplomacy.pdf>
- Weed, M. C. (2012). *U.S. Public Diplomacy: Legislative Proposals to Amend Prohibitions on Disseminating Materials to Domestic Audiences*.
- White House. (2009). *National Framework Strategic Communicaton*. Washington. Erişim Tarihi (10 şubat 2017). <https://fas.org/man/eprint/pubdip.pdf>
- Winger, G. (2014). *The Velvet Gauntlet: a theory of defense diplomacy*. Paper presented at the Institute for Human Sciences: Fellows' Conference, Vienna, Austria. Erişim Tarihi (21 Aralık 2017). <http://www.iwm.at/publications/5-junior-visiting-fellows-conferences/vol-xxxiii/the-velvet-gauntlet/>