



ULUSLARARASI MEDYADA TÜRKİYE’NİN SURİYE OPERASYONLARI: KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA BİR ANALİZ*

Seray BAYKAL

seray-yildirim@live.com
0000-0003-0465-248X

TÜRKİYE’S OPERATIONS IN SYRIA IN INTERNATIONAL MEDIA: AN ANALYSIS IN THE CONTEXT OF PUBLIC DIPLOMACY

ÖZ Kamu diplomasisinin en önemli uygulama araçlarından biri olarak kabul edilen kitle iletişim araçları, yabancı ülke kamuoylarına ulaşmada en etkili araçlardandır. Son yıllarda, kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen faaliyetler arasında özellikle uluslararası yayıncılık faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Bu durum, günümüzdeki teknolojik gelişmelerin, medyanın geniş kitlelere ulaşma kapasitesini artırmasıyla doğrudan ilişkilidir. Uluslararası yayıncılık faaliyetleri sayesinde, dünyanın en ücra köşelerinde yaşayan bireylerle, gruplarla ve toplumlara iletişim kurulabilmekte; böylece kamu diplomasisinin temel hedefleri olan uluslararası kamuoyunda ülkenin tanıtılması, politikaları hakkında doğrudan bilgi sağlanması ve olumlu bir ülke algısı/imağı oluşturulması mümkün hale gelmektedir. Zira, ülkelerin uluslararası kamuoyundaki olumlu ya da olumsuz algıları, yabancı basında kullanılan tanımlamalar ve kavramlar aracılığıyla şekillenmekte; bu algı, uluslararası toplumun o ülkeye ve politikalarına yaklaşımını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, devletler kamu diplomasisinin temel amacı olan uluslararası toplum nezdinde olumlu algı yaratabilmek için uluslararası basında ülkeleri hakkında yapılan haberleri dikkate almaktadır. Türkiye özelinde de benzer bir durum söz konusudur. Zira, Türkiye’nin, Suriye İç Savaşı süresince yürüttüğü askeri operasyonlarla ilgili uluslararası yayın organlarında paylaşılan bazı haberlerin eleştirel bir tonla yazıldığı, bazı haberlerin ise operasyonlara dair hatalı veya eksik bilgiler içerdiği, son dönemde sıklıkla gündemi meşgul etmiştir. Bu doğrultuda, çalışmanın temel amacı Türkiye’nin, Suriye İç Savaşı süresince yürüttüğü askeri operasyonlar sonucunda uluslararası basında oluşan Türkiye algısını içerik analizi yöntemiyle incelemektir. Araştırma, 2016-2020 yılları arasında Türkiye’nin gerçekleştirdiği dört askeri operasyon özelinde yapılmıştır. Bu kapsamda, France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının söz konusu operasyonlara dair yayınladıkları tüm haberler, ilgili ajansların İngilizce dilindeki resmi internet sitelerinden derlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Uluslararası Yayın Organları, Algı, Türkiye, Suriye İç Savaşı

ABSTRACT The mass media is one of the most important tools for implementing public diplomacy as it enables reaching the public in international community. Recently, international broadcasting activities have come to the forefront among the activities carried out through mass media. This is directly related to today’s technological developments, which have expanded the media’s capacity to reach large audiences. International broadcasting enables communication with individuals, groups, and societies in even the most remote parts of the world. Thus, it becomes possible to achieve the primary goals of public diplomacy, such as promoting the country in international public opinion, spread firsthand information about its policies, and cultivating a positive national image/perception. Indeed, the positive or negative perceptions of countries in international public opinion are shaped by the definitions and terms used in international media, and this perception directly influences the international community’s approach to those countries and their policies. Therefore, states carefully observe the news about their countries in international media to foster a positive perception in the international community, which is the primary goal of public diplomacy. A similar situation applies to Türkiye as well. Recently, it has frequently been discussed that some news in international media regarding Türkiye’s military operations during the Syrian Civil War were written with a critical tone, while others contained incorrect or incomplete information about the operations. In this context, the study aims to analyze the perception of Türkiye in the international media following its military operations during the Syrian Civil War, using the content analysis method. The research focuses on four military operations conducted by Türkiye between 2016 and 2020. Within this scope, all news published by France 24, Sputnik, and BBC concerning these operations were gathered from the official English-language websites of the respective agencies.

Keywords: public diplomacy, international media organizations, perception, Türkiye, Syrian Civil War.

Keywords: Public Diplomacy, International Media Organizations, Perception, Türkiye, Syrian Civil War

* Bu çalışma, yazarın aynı konudaki Doktora tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Kamu diplomasisi; devletlerin yabancı ülke kamuoylarını ulusal çıkarlar ve dış politika hedefleri kapsamında desteklemek için başvurdukları bilgilendirme, tanıtma ve etkileme çabalarının bütünü olarak tanımlanmaktadır. Devletlerin dış politika yapım sürecinde iç ve dış kamuoyundaki gelişmeleri dikkate alarak politikalar geliştirdiği göz önünde bulundurulduğunda, toplulukların sahip olduğu fikirlerin dış politika yapım sürecindeki etkileri olarak da tanımlanan kamu diplomasisi kavramı günümüzde oldukça etkili bir diplomasi çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Pamment, 2013:6).

Kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında son dönemde özellikle uluslararası yayın kuruluşlarının faaliyetleri oldukça popüler uygulamalar haline gelmiştir. Bunda şüphesiz medyanın geniş kitlelere ulaşılmasına imkânı sağlaması ve uluslararası alanda etkili medya gücüne sahip devletlerin, bu kuruluşlar aracılığıyla yürüttükleri faaliyetlerle kamu diplomasisi hedeflerine daha kolay ulaşabilmesi belirleyici olmuştur (Karadağ, 2020:126). Zira, farklı dillerde yayın yapan uluslararası yayın organları kamu diplomasisinin temel hedefi olan, hem uluslararası kamuoyu nezdinde devletin politikalarının doğru ve eksiksiz bir şekilde anlaşılmasına hem de olumlu bir ülke algısı/imajı oluşturulmasına doğrudan katkı sağlamaktadır (Gilboa, 2001:3-5).

Ülkelerin, uluslararası kamuoyunda algılanış şekli ülkeler ile ilgili uluslararası basında kullanılan tanımlamalar ve kavramlar, uluslararası toplumun ülkeye ve politikalarına yaklaşımını doğrudan etkilemektedir. Örneğin; yabancı basında bir ülkenin gelişmiş ve demokratik değerlere sahip olduğunun sıklıkla vurgulanması, o ülkenin uluslararası kamuoyu nezdinde olumlu bir algı/imaj (positive branding) oluşturmasına ve buna paralel olarak dış politikasında alınan kararların desteklenmesi, ülkenin yumuşak gücünün artması, ülkeye yabancı yatırımcı ve turist çekilmesi gibi pek çok fayda sağlamaktadır (Melissen, 2013. 4). Ancak, bir ülkenin uluslararası kamuoyunda savaş yanlısı veya haydut devlet (rogue state) gibi olumsuz ifadelerle anılması, o ülkenin uluslararası kamuoyu nezdinde olumsuz bir algı/imaj (negative branding) oluşturmasına ve yumuşak gücünün azalmasına da sebep olabilmektedir (Nye, 2003:17-20).

Bu nedenle, devletler kamu diplomasisinin temel amacı olan uluslararası toplum nezdinde olumlu imaj ve algı yaratabilmek veya olumsuz algıyı değiştirebilmek için uluslararası basında ülkeleri hakkında yapılan haberler ve bu haberlerde kullanılan tanımlamalar ve kavramlar hususunda oldukça dikkatli davranmaktadır. Benzer bir hassasiyeti Türkiye özelinde de gözlemlemek mümkündür. Nitekim, 2010 yılında Arap Baharının başlamasının ardından 2011 yılında Suriye’de küçük bir ayaklanma ile başlayan iç savaş, zamanla bölgesel ve küresel boyutta önemli sonuçlar doğurmuş ve başta Türkiye gibi komşu ülkeler olmak üzere birçok aktörün sürece dahil olduğu uluslararası bir olay haline gelmiştir. Öyle ki, Türkiye’nin iç savaş süresince yürüttüğü askeri operasyonlarla ilgili uluslararası yayın organlarında paylaşılan bazı haberlerin eleştirel bir tonla yazıldığı, bazı haberlerin ise operasyonlara dair hatalı veya eksik bilgiler içerdiği, son dönemde hem yetkililer tarafından sıklıkla vurgulanmış hem de bu kapsamda yapılan çalışmalara konu olmuştur.



Bu doğrultuda, çalışmanın temel amacı Türkiye'nin, Suriye İç Savaşı süresince yürüttüğü askeri operasyonlar sonucunda uluslararası basında oluşan Türkiye algısını içerik analizi yöntemiyle incelemektir. Araştırma, 2016-2020 yılları arasında Türkiye'nin gerçekleştirdiği dört askeri operasyon (Fırat Kalkanı Operasyonu, Zeytin Dalı Operasyonu, Barış Pınarı Operasyonu ve Bahar Kalkanı Operasyonu) özelinde yapılmıştır. Bu kapsamda, France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının söz konusu operasyonlara dair yayınladıkları tüm haberler, ilgili ajansların İngilizce dilindeki resmi internet sitelerinden derlenmiştir.

Veri toplama sürecinin ardından analiz kısmı iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, "Türkiye'nin iç savaşa yönelik askeri operasyon kararlarının haber olma niceliği" incelenmiştir. Bu aşamada; Türkiye'nin iç savaşa yönelik askeri operasyonlarının uluslararası basında yer alma sıklığı, toplam haber sayısı temel alınarak tespit edilmiştir. İkinci aşamada ise, askeri operasyonlar sonrasında uluslararası basında oluşan Türkiye algısı incelenmiştir. Bu bağlamda, uluslararası basındaki Türkiye algısını incelemek amacıyla, operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar üzerinden bir kavram seti oluşturulmuş ve bu doğrultuda bir içerik analizi yapılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI: KAMU DİPLOMASİSİNİN TARİHSEL KÖKENLERİ VE GELİŞİMİ

Mark Leonard kamu diplomasisinin amacının köklü ilişkiler kurmak olduğunu ifade etmiştir. Daha genel bir ifade ile aslında kamu diplomasisi ile amaçlanan yabancı ülke kamuoyları ile iletişim kurularak, ülkelerin idealleri, politikaları, hedefleri ve kültürleri hakkında bilgilendirilmesi, fikir sahibi olmalarının sağlanması ve bu sayede toplumların ortak paydada bir araya getirilmesi durumudur (Leonard vd., 2002:9-10). Bu nedenle, kamu diplomasisi faaliyetlerine başvuran devletler çoğunlukla yabancı ülke kamuoyları nezdinde ülkeleriyle ilgili olumsuz algıyı değiştirerek, olumlu bir algı yaratma çabası ile hareket etmektedirler (Doğan, 2012:13-14).

Kamu diplomasisi kavramının ilk kez 19. yüzyılın ortalarından itibaren kullanıldığını söyleyebiliriz. Kavram, 1871 yılında "The New York Times'da" diplomatik faaliyetlerin açık ve şeffaf bir şekilde yürütülmesi gerektiği fikrini desteklemek amacıyla "Açık Kamu Diplomasi" (Open Public Diplomacy) şeklinde kullanılmıştır. Bu dönemde kamu diplomasisinin ağırlıklı olarak kamuya açık bir diplomasi çeşidi şeklinde tanımlanması eğilimi yaygınlık göstermiştir. Özellikle, Birinci Dünya Savaşı sırasında gizli anlaşmaların ve bu sırada yürütülen gizli diplomasi faaliyetlerinin açığa çıkması ile Açık Diplomasi (Open Diplomacy) kavramı ve onunla özdeşleştirilen kamu diplomasisi kavramı oldukça popüler bir kavram haline gelmiştir (Pamment, 2013:21).

Ancak, İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesi ve Soğuk Savaşın başlamasının ardından kamu diplomasisi kavramı yaygın bir şekilde propaganda kavramıyla beraber kullanılmaya başlamıştır. Bunda, Soğuk Savaş döneminde iki süper güç arasındaki uluslararası sistemi domine etme çabalarının bir sonucu olarak propaganda faaliyetlerinin sıklıkla gündeme gelmesi etkili olmuştur (Cull, 2020:15). Fakat, propagandanın tek yönlü bilgi akışını temel alması ve daha da önemlisi yanlış enformasyon aracılığı ile kamuoyunun yönlendirilmesi faaliyetlerini içermesi, uluslararası kamuoyu odaklı faaliyetlerin başarılı bir şekilde yürütülmesine engel olmuştur (Çoşkun, 2012:52).



Bu durum, neredeyse bir yüzyıl önce ilk defa kullanılan kamu diplomasisi kavramının yeni anlamı ile yeniden kullanılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda, kamu diplomasisi kavramı günümüzde kullanılan anlamı ile literatürde ilk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion, 1965 yılına kadar ağırlıklı olarak propaganda faaliyetleri ile özdeşleştirilen kavramı propagandadan farklı bir şekilde yeniden tanımlamıştır. Gullion; kamuoyu üzerindeki bir etki biçimi olarak tanımladığı kamu diplomasisi kavramını, aynı zamanda diplomasinin yürütülmesi hususunda da önemli bir etkiye sahip olduğunu belirterek, açıklamıştır (Pamment, 2013:13).

Gullion'ın yanı sıra Nicolas Cull kamu diplomasisi kavramını; uluslararası sistemdeki aktörlerin yabancı ülke halkları ile iletişim kurarak, uluslararası kamuoyunu yönlendirme girişimleri olarak tanımlamıştır (Cull, 2009:12). Giles Scott Smitt ise kamu diplomasisini; klasik dış politika pratiklerinden ve hedeflerinden farklılık gösteren, bilgilendirme ve etkileme faaliyetlerinin tümünü kapsayan bir diplomasi türü olarak tanımlamıştır (Smitt, 2020: 38). Benzer bir şekilde, 2006 yılında Amerikan Kongresi için hazırlanan "U.S. Public Diplomacy: Background and the 9/11 Commission Recommendations" başlıklı raporda kamu diplomasisi; Amerikan çıkarlarının ve kültürünün yabancı ülke kamuoylarını bilgilendirerek ve etkileyerek tanıtılması şeklinde tanımlanmıştır (Epstein, 2006:2). Bu tanımlamalara ek olarak, kamu diplomasisi kavramı, ülkelerin imaj ve algı yönetimine odaklanması nedeniyle, ticaretin artırılması, turizmin teşvik edilmesi ve yabancı yatırımların ülkeye çekilmesi gibi avantajlar sağlamayı hedefleyen bir marka oluşturma çabası olarak da görülmektedir (Banks, 2020:66).

Gullion'ın 1965 yılında kamu diplomasisi kavramını bugün anladığımız anlamı ile ilk defa kullanmasının ardından kamu diplomasisi faaliyetleri ABD'de etkili bir şekilde uygulanmaya başlamıştır. Kamu diplomasisinin ABD'de etkili bir şekilde kullanılması, tarihsel süreç içerisinde kavramın ve pratiklerinin belirgin bir şekilde ABD'nin izlediği politikalar ile ilişkilendirilmesinde etkili olmuştur. Özellikle Soğuk Savaş döneminde Amerikan Hükümeti, uluslararası sistemdeki ideolojik ve politik hedeflerinin yaygınlaştırılması ve Amerikan yaşam tarzının ve kültürünün yabancı halklara iletilmesi hususunda önemli bir araç olarak gördüğü kamu diplomasisi faaliyetlerinden sıklıkla faydalanmıştır (Akçadağ, 2010:5).

Soğuk Savaş sonrasındaki dönemde de başta 11 Eylül saldırıları olmak üzere, 2001 yılında ABD'nin Irak'a müdahalesinden sonra bozulan Amerikan imajının iyileştirilmesi hususunda kamu diplomasisi faaliyetlerinden sıklıkla faydalanılmıştır. Bu dönemde, Amerikan Başkanı George W. Bush'un "ülkemiz ile ilgili bu kadar yanlış anlaşılmanın olmasına hayret ediyorum, davamızı daha iyi bir şekilde anlatmak zorundayız" ifadeleri, kamu diplomasisinin kullanımının artmasında ve faaliyet alanının genişlemesinde etkili olmuştur (Snow, 2020:9).

Zira, ABD'nin 11 Eylül saldırılarından sonra oluşturduğu "Teröre Karşı Savaş" (War on Terror) konseptli güvenlik stratejisi, Irak'a müdahalesi devamında Irak'taki Abu Garip Hapishanesi'nden paylaşılan görüntüler ve yine benzer bir şekilde Guantanamo'da tutuklu bulunan siyasi mahkumlara yapılan kötü muameleler hem ABD'nin Müslüman ülkelerle ilişkilerinin bozulmasına hem de bu ülkelerdeki algısının/imajının olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda, ABD özellikle Müslüman ülkeler nezdinde bozulan imajını düzeltmek için kamu diplomasisi faaliyetlerine

ağırlık vermiştir. Bu durumun somut bir örneği olarak ABD’de mutlu bir şekilde yaşayan Müslüman ailelerin başrolde yer aldığı reklam filminin, Endonezya gibi Müslüman nüfusun fazla olduğu ülkelerde yayınlanmasını gösterebiliriz. Bahsedilen reklam filmi ve benzeri faaliyetler ABD’nin 11 Eylül’den sonra hız kazanan kamu diplomasisi faaliyetlerinin somut birer örneği olarak değerlendirilmektedir (Melissen, 2005:7).

Benzer şekilde, Çin’in Doğu Türkistan bölgesindeki politikaları veya İsrail’in Filistin’e yönelik politikaları, bu ülkelerin uluslararası kamuoyu nezdindeki algılarını olumsuz yönde etkileyerek kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesini zorlaştırmıştır (Kalın, 2012:151). Olumsuz algı yönetimi (negative branding) kapsamında değerlendirilen örnekler ek olarak, olumlu algı yönetimi (positive branding) kapsamında değerlendirilen örneklerden de bahsetmek mümkündür. Örneğin, uluslararası arenada Kanada’nın uluslararası yardımlar konusundaki aktif politikası, Norveç’in arabuluculuk ve uzlaştırıcılık alanındaki etkin rolü, Hollanda’nın çok kültürlülük politikasını başarıyla uygulaması, İsveç’in ise sert güç unsurlarından ziyade barış ve bilim odaklı politikaları, bu ülkelerin uluslararası kamuoyu nezdinde büyük sempati kazanmasına ve olumlu bir ülke algısı oluşturmaya önemli katkılar sağlamıştır (Doğan, 2012:17).

Bu bağlamda, başarılı bir kamu diplomasisinin en önemli bileşenlerinden birinin, izlenen politikaların meşru, rasyonel ve savunulabilir olmasıyla doğrudan ilişkili olduğu ifade edilebilir. Nitekim, olumsuz algı yönetimi kapsamında ele alınan ülkelerin politikalarından da görülebileceği gibi, evrensel hukuk kurallarının ihlal edildiği; tehdit, zorbalık veya işgal gibi gayri meşru politikalara dayanan ya da bu tür çağrışımlar yapan uygulamaların uluslararası kamuoyu nezdinde desteklenmesi veya savunulması mümkün değildir (Kalın, 2012:151).

Bu noktada, kamu diplomasisinin ulus markalama (nation branding) sürecindeki etkin rolünü de vurgulamak gerekmektedir. Ulus markalama, ülkelerin tıpkı ticari markalar gibi, uluslararası kamuoyu nezdinde kendi imajlarını inşa etme ve konumlandırma süreçlerini ifade etmektedir. Bu süreç, ülkelerin uluslararası sistemde güçlü bir imaj ve olumlu bir algı oluşturmalarına olanak sağlarken, aynı zamanda diğer ülkelerden ayrışmalarına da katkıda bulunmaktadır (Erzen, 2012:115). Kamu diplomasisinin en önemli unsurlarından biri olan yumuşak güç ile ulus markalama arasında oldukça yakın bir ilişki bulunmaktadır. Joseph Nye’in “gücün ikinci yüzü” olarak tanımladığı yumuşak gücün kaynakları arasında; bir ülkenin kültürü (başkaları için çekici olduğu ölçüde), siyasi değerleri (içeride ve dışarıda tutarlılık sergilediği sürece) ve dış politikası (etik ve meşruiyet temelinde hareket ettiği sürece) yer almaktadır (Nye, 2004:5-11). Bu değerler, ulus markalamanın temel taşlarını oluşturarak, ülkelerin uluslararası kamuoyundaki algılarının şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır.

Özellikle 11 Eylül saldırılarından sonraki dönemde uluslararası arenada yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan ve diplomatik faaliyetler arasında oldukça popüler hale gelen kamu diplomasisi faaliyetleri, günümüzde büyük-küçük, demokratik-otokratik, gelişmiş-gelişmemiş pek çok farklı ülkenin ilgisini çekmiştir (Melissen, 2005:8). Bunda şüphesiz 2000’li yıllardan itibaren uluslararası sistemde yaşanan değişimler ve dönüşümler neticesinde artık öznesi kamuoyu olan ve yeni kamu diplomasisi olarak adlandırılan yeni bir kavramın ortaya çıkması da etkili olmuştur.



Zira, geleneksel kamu diplomasisinin aksine yeni kamu diplomasisi sadece savaş veya çatışma zamanlarında değil barış zamanında da sıklıkla tercih edilen uygulamalar haline gelmiştir. Bu husus, yeni kamu diplomasisi faaliyetlerinin ideolojik veya siyasi bir mesaj verme motivasyonu ile yürütülmesine değil, fikirler, düşünceler ve değerler temelinde şekillenmesine neden olmuştur (Bayır, 2023:31-32). Çift yönlü ve diyalog temelli yapısı nedeniyle “karşılıklılık” ilkesine dayanan yeni kamu diplomasisi faaliyetleri, ülkelerin ulusal çıkarlar doğrultusundaki hedeflerine ulaşabilmek için hedef kitleyle kısa ve uzun vadede iletişim kurma süreci olarak tanımlanabilir (Iskit, 2022:358-359). Bu nedenle, geleneksel kamu diplomasisinde ikna ve halkların yönetilmesi amaçlanırken, yeni kamu diplomasisinde farklı toplumlarla etkileşim içinde bulunularak, karşı tarafın fikirlerinde, duygu ve düşüncelerinde değişiklik yaratılması amaçlanmaktadır (Bayır, 2023:32).

Yeni kamu diplomasisini geleneksel kamu diplomasisinden ayıran bir diğer önemli fark ise, öznesi devletler veya uluslararası aktörler olan geleneksel kamu diplomasi görece daha resmi ve geleneksel kanallar aracılığı ile yürütülürken, öznesi kamuoyu ve sivil toplum olan yeni kamu diplomasisi çoğunlukla gayri-resmi bir şekilde ve yeni kanallar (kitle iletişim araçları/yeni medya) aracılığıyla yürütülmesidir (Melissen, 2005:4-5). Bu bağlamda, geleneksel kamu diplomasi ve yeni kamu diplomasi arasındaki farklardan bahsetmek, kamu diplomasisi kavramının son dönemdeki popüleritesini ve günümüzde devletler tarafından sıklıkla tercih edilme nedeni anlayabilmek açısından son derece önemlidir.

Öte yandan, kamu diplomasisi kavramının Soğuk Savaş döneminde devletlerin uluslararası sistemi domine etme çabaları ve bu kapsamda başvurdukları faaliyetlere duyulan ihtiyaç neticesinde ortaya çıkması, devletlerin kamu diplomasisinin temel aktörleri olarak tanımlanmasında etkili olmuştur (Hocking, 2005:41). Ancak, küreselleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişiklikler, kamu diplomasisini sadece devletlerin ve ona bağlı kurumların başvurduğu bir dış politika yöntemi olmaktan çıkarmıştır (Özkan, 2013:2). Bir başka ifade ile artık uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları, çok uluslu şirketler, lobi grupları, özel sektör kuruluşları, düşünce kuruluşları, küresel işletmeler vb. devlet dışı aktörler, kamu diplomasisine ilişkin politikalar ve stratejiler belirleyebilmekte ve kamu diplomasisi faaliyetlerinden faydalanabilmektedirler (İnan, 2012:64). Örneğin; Jose Manuel Barroso’nun Avrupa Komisyonu Başkanı olduğu dönemde Avrupa Birliği; kamusal iletişim stratejilerine öncelik vererek, kamu diplomasisi faaliyetleri içerisinde aktif bir şekilde yer almıştır (Melissen, 2005:12).

Kamu diplomasisi kavramı ile ilgili bahsedilmesi gereken bir diğer önemli husus ise kamu diplomasisi uygulamaları kapsamında başvurulan araçlardır. Zira, kamu diplomasisinin uygulanması hususunda pek çok araç oldukça etkili ve önemli role sahiptir. Ülkelerin kamu diplomasisi kapsamında belirledikleri hedeflere ulaşabilmesi ve bu hedeflere ilişkin stratejiler oluşturabilmesi açısından hayati bir öneme sahip olan kamu diplomasisinin uygulama araçları arasında; kitle iletişim araçları, dış yardımlar, kültürel ve sanatsal faaliyetler, eğitim faaliyetleri, askeri faaliyetler ve uluslararası örgütler ve kuruluşlar yer almaktadır (Karadağ, 2020:87-88).

Kamu diplomasisi faaliyetlerinin temelinde yer alan kitle iletişim araçları yabancı ülke kamuoylarına ulaşılmasında oldukça etkili olmaları sebebiyle, kamu diplomasisinin en önemli uygulama

araçlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Kitle iletişim araçları; gündem belirleme, haber verme, bilgilendirme, eğitme, kamuoyu oluşturma, kamuoyunu etkileme ve yönlendirme potansiyeline sahiptir. Kitle iletişim araçlarının özellikle kamuoyunun fikirlerini etkileyerek belirli görüşler ve düşünceler için destek üretebilme potansiyelinin olması, siyasal, toplumsal, gündelik yaşamın içerisinde ve birbiriyle bağlantılı daha pek çok farklı alan dahilinde kamuoyu oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (Karadağ, 2020:89-90).

Devletlerin kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında kitle iletişim araçlarına başvurmaları, küreselleşen dünyadaki şartlar ve koşullar göz önünde bulundurulduğunda zaruri bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun en önemli sebebi şüphesiz kitle iletişim araçlarının kamu diplomasisi açısından hayati bir öneme sahip olan kamuoyu oluşturma gücü ve bu güce paralel olarak ulus markalama sürecine katkısıdır (Yavaşgel, 2004:1). Zira, günümüzde ülkelerin neredeyse yarısından fazlası demokrasiyle yönetilmektedir. Buna bağlı olarak kamuoyu; devletlerin parlamentodaki kritik konulardaki karar alma süreçleri, diğer ülkelerle ikili ilişkileri, dış politika kararları ve uluslararası kurum ve kuruluşlardaki rollerinde yadsınamaz bir etkiye sahiptir. Ayrıca, kamuoyunun diğer ülkelere yönelik olumlu/olumsuz algısı, bu ülkeler ile ilgili politikalarının şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Nye, bu durumu; bir ülkenin kamuoyu başka bir ülkeye veya o ülkenin politikalarına karşı olumsuz bir algıya sahip olduğunda, liderler birbirlerine karşı dostane bir tutum sergileseler dahi, hareket alanlarının kısıtlandığını söyleyerek, açıklamıştır (Nye, 2020:151-153).

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Türkiye'nin, Suriye İç Savaşı süresince yürüttüğü askeri operasyonlarla ilgili uluslararası yayın organlarında paylaşılan haberlerin eleştirel bir tonla yazıldığına ve daha da önemlisi hatalı veya eksik bir şekilde yansıtıldığına dair literatürde son dönemde çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Çağlar, vd., 2019; Kırdemir, 2020; Ünver, 2019). Ancak, bu çalışmalar genellikle bahsedilen konuya ilişkin uluslararası medya organlarının Türkiye uzantıları özelinde veya bu yayın organlarının sosyal medya platformlarındaki faaliyetleri özelinde detaylı değerlendirmeleri içermektedir. Bu çalışma özelinde ise literatürde daha az çalışılmış bir alan olan uluslararası medya organlarının İngilizce dilinde yayın yapan uzantıları üzerine bir inceleme yapılmıştır. Bu sayede, uluslararası basında oluşan Türkiye algısı/imajı üzerine daha doğru analizler yapılması hedeflenmiştir.

Bu doğrultuda, çalışmanın temel amacı Türkiye'nin, Suriye İç Savaşı süresince yürüttüğü askeri operasyonlar sonucunda uluslararası basında oluşan Türkiye algısını içerik analizi yöntemiyle incelemektir. Kitle iletişim araçları nezdinde yapılan araştırmalarda, metinlerdeki kavramların ve anlatıların tespit edilmesinde içerik analizi yöntemi sıklıkla tercih edilmektedir (Aziz, 2015:131-132). Bu nedenle, bu çalışma özelinde de araştırma yöntemi olarak içerik analizi tercih edilmiştir. Araştırma, 2016-2020 yılları arasında Türkiye'nin gerçekleştirdiği dört askeri operasyon (Fırat Kalkanı Operasyonu, Zeytin Dalı Operasyonu, Barış Pınarı Operasyonu ve Bahar Kalkanı Operasyonu) özelinde yapılmıştır.



Çalışma kapsamında, bahsedilen içerik analizinin yapılabilmesi için uluslararası yayın kuruluşları arasından üç haber ajansı “amaçsal örnekleme” yöntemi temel alınarak seçilmiştir. Üç haber ajansı; bağlantılı oldukları ülkelerin Suriye’deki politikalarının farklılıkları, coğrafi konumları ve devlet tarafından finanse edilmeleri gibi temel etmenler göz önünde bulundurularak, belirlenmiştir (Koçak ve Arun, 2006:25-26). Bu doğrultuda, Avrupa Birliği’ni temsilen Fransa’nın uluslararası yayın organı olarak küresel habercilik faaliyetlerini yürüten France 24 haber ajansı, özellikle Brexit sürecinden sonra Avrupa Birliği ülkelerinden izlediği politikalarla farklılaşan İngiltere’yi temsilen BBC haber ajansı ve Rusya’yı temsilen ise kuruluşundan itibaren Rus Hükümeti ve devlet başkanı ile sıkı bağları olan Sputnik haber ajansı özelinde içerik analizinin yapılmasına karar verilmiştir. Böylece, çalışma sonucunda elde edilecek bulguların da birbirinden farklılaşması hedeflenmiştir.

Bu kapsamda, France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının söz konusu operasyonlara dair yayınladıkları tüm haberler, ilgili ajansların İngilizce dilindeki resmi internet sitelerinden derlenmiştir. Sputnik ve BBC’nin internet sitelerinde, dört askeri operasyonun İngilizce isimleri olan; “Operation Euphrates Shield”, “Operation Olive Branch”, “Operation Peace Spring”, “Operation Spring Shield” anahtar kelimeleri kullanılarak, filtrelenmiştir. Bu sayede, her iki haber ajansının operasyonlara ilişkin yayınladığı tüm haberlere ulaşılmıştır. Sadece France 24 haber ajansı özelinde operasyonlara ilişkin haberlerin derlenmesinde diğer ajanslardan farklı bir yöntem izlenmiştir. Bunun nedeni, France 24 haber ajansının 2006-2024 yılları arasında yayınladığı tüm haberlerin internet sitesi üzerinden erişime açık olmasıdır. Bu özellik sayesinde, yayınlanan tüm haberlere, gün, ay ve yıl seçilerek kolaylıkla ulaşılmaktadır. Bu doğrultuda, dört operasyonla ilgili haberlerin tespiti için operasyonların başlangıç ve bitiş tarihleri esas alınmış (Fırat Kalkanı Operasyonu; 24.08.2016–29.03.2017, Zeytin Dalı Operasyonu; 20.01.2018-24.03.2018, Barış Pınarı Operasyonu; 09.10.2019-23.10.2019, Bahar Kalkanı Operasyonu; 27.02.2020-05.03.2020) ve bu tarihler arasında yayınlanan haberler derlenmiştir.

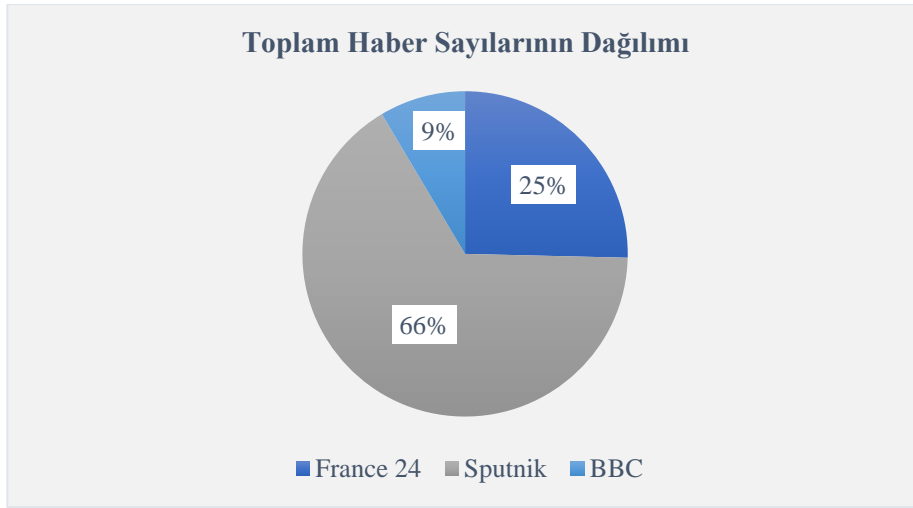
Veri toplama sürecinin ardından analiz kısmı iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, “Türkiye’nin iç savaşa yönelik askeri operasyon kararlarının haber olma niceliği” incelenmiştir. Bu aşamada; Türkiye’nin iç savaşa yönelik askeri operasyonlarının uluslararası basında yer alma sıklığı, toplam haber sayısı temel alınarak tespit edilmiştir. İkinci aşamada ise, uluslararası basındaki Türkiye algısını incelemek amacıyla, haberlerde operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar temel alınarak bir kavram seti oluşturulmuş ve bu doğrultuda detaylı bir içerik analizi yapılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye’nin iç savaşa yönelik askeri operasyon kararlarının uluslararası basında yer alma sıklığını tespit etmek amacıyla, France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının ilgili operasyonlar süresince yayınladıkları haberler derlenmiş ve incelenmiştir. Bu bağlamda, üç haber ajansının operasyonlar boyunca yayınladıkları haberlerin toplam sayıları ve bu haberlerin operasyonlara göre dağılımı analiz edilmiştir.

Elde edilen verilere göre, dört operasyon özelinde en fazla haberin Sputnik haber ajansı tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Sputnik, toplamda 263 haber ile en fazla içerik sağlayan ajans olurken, onu sırasıyla France 24 (101 haber) ve BBC (34 haber) haber ajansları takip etmiştir. Öyle ki, Sputnik haber ajansının sadece Fırat Kalkanı Operasyonu kapsamında yayınladığı haberlerin sayısı (94 haber), BBC (34 haber) haber ajansının dört operasyon özelindeki toplam haber sayısından oldukça fazla olmakla birlikte, France 24'ün toplam haber sayısı (101 haber) ile neredeyse eşittir. Bu bağlamda, BBC haber ajansı ile karşılaştırıldığında, Sputnik ve France 24 haber ajanslarının toplam haber sayısının (Sputnik +200 haber, France 24, +100 haber) fazla olması, Türkiye'nin bölgedeki varlığının ve operasyon kararlarının hem Rus hem de Fransız Hükümetleri tarafından yakından takip edildiğini göstermektedir. Bahsedilen veriler, Şekil 1'de görselleştirilmiştir.

Şekil 1: Operasyonlar Süresince Üç Haber Ajansı Tarafından Yayımlanan Haberlerin Dağılımı.



Üç haber ajansının da ilgili ülkelerin resmi yayın organları olması ve devlet tarafından finanse edilmesi, Türkiye'nin iç savaşa yönelik askeri operasyonlarının haber olma sıklığının, ajansların bağlı oldukları ülkelerin bölgedeki politikaları çerçevesinde değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda, ilk olarak en fazla haberin yapıldığı Sputnik haber ajansı ve tabii Rusya özelinde bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. Zira, Sputnik'in Rusya'nın uluslararası habercilik faaliyetlerinin yürütülmesi amacıyla Rus Hükümetine bağlı olarak 2014 yılında kurulması, ajansın yayıncılık faaliyetlerinin Rusya'nın politikalarından ve stratejilerinden bağımsız bir şekilde değerlendirilmesine engel olmaktadır (Groll, 2024).

Bu bağlamda, Rusya'nın Suriye ile ilgili politikalarına bakıldığında, Rusya'nın tarihsel süreçte ekonomik, kültürel ve özellikle jeopolitik nedenlere dayalı olarak, başta Suriye olmak üzere Arap ülkeleriyle yakın ilişkiler kurmaya özen göstermesinin, bölgedeki gelişmelere duyduğu ilginin temel nedenlerinden biri olduğu söylenebilir. Zira, Suriye'nin Akdeniz kıyısında yer alan Lazkiye ve Tartus limanları, jeopolitik önemlerinin yanı sıra Rusya'ya Orta Doğu'da hem askeri hem de ticari açıdan önemli fırsatlar sunmaktadır (Kreutz, 2007:11). Bunun dışında, Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in, Suriye'deki hükümetin düşmesinin Orta Doğu'da kaos yaratacağı ve Rusya sınırlarında aşırı



İslamcılığın güçlenmesine neden olacağı yönündeki görüşleri, Rusya'nın iç savaşa doğrudan müdahalesinde ve Esad rejimine verdiği destekte belirleyici olmuştur (Stent, 2016:109). Bu etmenler, Suriye İç Savaşı'nın başlangıcından itibaren Rusya'nın, Suriye'nin en önemli müttefiklerinden biri olarak hem sahada hem de masada aktif rol üstlenmesini sağlamıştır. Bu durum şüphesiz bölgedeki gelişmelere ilişkin haberlerin Sputnik haber ajansında daha geniş yer bulmasında etkili olmuştur.

Sputnik haber ajansının yanı sıra bölgenin terör örgütü IŞİD'den temizlenmesi amacıyla koalisyon güçleri tarafından gerçekleştirilen operasyonlarda aktif bir şekilde yer alan Fransa ve İngiltere'den bahsetmek gerekmektedir. İki ülkenin koalisyon operasyonlarına katılımı hususunda ciddi bir farklılık olmamasına rağmen iki ülkenin resmi yayın organları aracılığıyla paylaşılan haberlerin oranında önemli bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılığı anlamlandırabilmek açısından, iki ülkenin hem Suriye'ye yönelik politikalarına hem de iç savaşın başladığı dönemde izledikleri politikalara kısaca değinmek gerekmektedir.

Fransa ile Suriye arasındaki kültürel, tarihi ve ekonomik bağlar, Birinci Dünya Savaşı'ndan 1945'e kadar süren Fransız mandası döneminde kurulmuş olup, bu tarihsel bağlar özellikle 2000'li yıllarda Fransa'nın Suriye ile ikili ilişkilerini geliştirme çabalarını belirgin bir şekilde etkilemiştir. 2000 yılında Fransa Cumhurbaşkanı Jacques Chirac, Hafız Esad'ın cenazesine katılan tek Avrupalı lider olurken, 2008'de Beşar Esad, Fransa'nın ulusal bayramı olan Bastille Günü kutlamalarına katılmıştır. Ayrıca, 2007 yılında Fransa Cumhurbaşkanı seçilen Nicolas Sarkozy, Akdeniz ülkeleri arasında iş birliğini artırmayı hedefleyen "Akdeniz Birliği" platformuna Suriye'nin de dahil edilmesini önermiştir. İki ülke arasındaki bu olumlu atmosfer, 2011 yılında Suriye İç Savaşı'nın başlamasıyla bozulmuştur. Fransa; IŞİD'e karşı başlatılan koalisyon operasyonlarına katılan ilk ülke olarak operasyonlarda önemli bir rol üstlenmiş ve bölgedeki gelişmeleri yakından takip etmiştir (Nijkerk, 2019:55-56). Bu dönemde Fransa'nın, Suriye İç Savaşı'na dair tutumu, ülkenin dış politikasındaki önemli bir değişimi yansıtmaktadır. Fransa'nın bölgedeki gelişmeleri yakından izlemesi ve bu doğrultuda politikalarını şekillendirmesi, resmi yayın organı France 24'ün küresel habercilik faaliyetlerini de etkilemiştir. Bu durum aynı zamanda ajansın, Türkiye'nin iç savaş süresince yürüttüğü operasyonlara ilişkin daha fazla haber yayınlamasında belirleyici olmuştur.

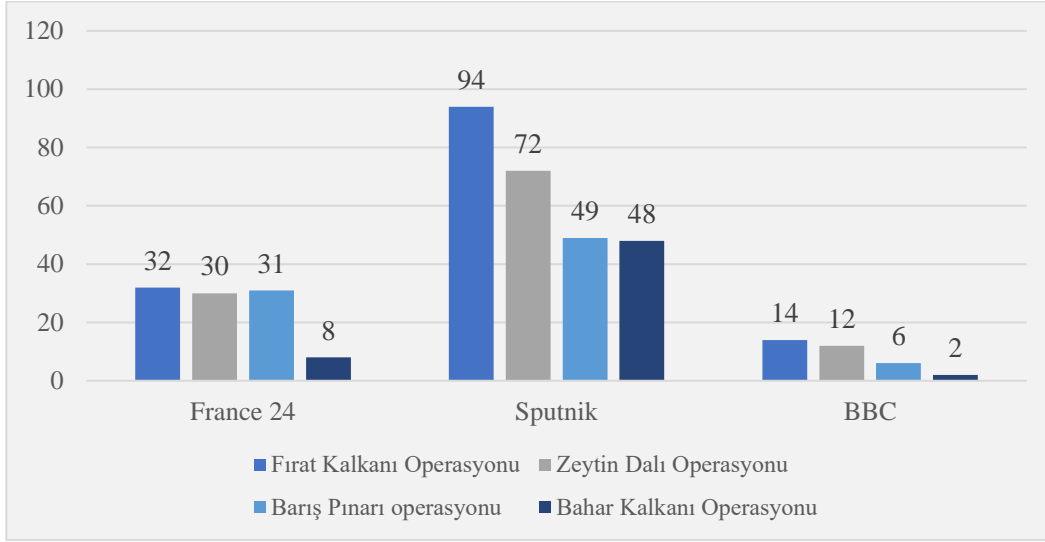
Öte yandan, İngiltere'nin resmi yayın organı olarak yayıncılık faaliyetlerini yürüten BBC'nin bölgedeki gelişmeleri Sputnik ve France 24 kadar ilgiyle takip ettiğini, operasyonlar süresince yayınlanan haberlerin sayısına bakarak söylemek pek mümkün değildir. Her ne kadar İngiltere tarihsel olarak Orta Doğu ve Arap dünyasındaki gelişmeleri yakından izlemiş olsa da Suriye İç Savaşı sırasında iç siyasetteki tartışmalar nedeniyle bölgedeki gelişmeler, BBC'nin gündemini yeterince meşgul etmemiştir. Özellikle, Blair hükümetinin Irak Savaşı'ndaki (2003) politikalarının yol açtığı kamuoyu tepkisi, İngiltere'nin iç savaşa doğrudan müdahalesi yerine diplomatik araçlara ve uluslararası işbirliklerine yönelmesinde belirleyici olmuştur (Yırcalı, 2017:29). İlaveten, 2016'daki Brexit referandumu süreci ve sonrasında, Avrupa Birliği ile ortak politikaların geleceği ve başta Orta Doğu olmak üzere bölgesel stratejilerin yeni dönemde nasıl şekilleneceğine ilişkin tartışmaların kamuoyunu yoğun bir şekilde meşgul etmesi, BBC'nin Suriye İç Savaşı'na dair gelişmelere yeterince yer vermemesinde belirleyici olmuştur.



Bölgedeki gelişmelerle ilgili ülkelerin politikaları ve toplam haber sayısına ilişkin değerlendirmenin yanı sıra, üç haber ajansının operasyonlar boyunca yayınladıkları haberlerin operasyonlara göre dağılımı da saptanmıştır. Bu bağlamda, operasyonlar özelinde en fazla haberin Fırat Kalkanı Operasyonu kapsamında yapıldığı tespit edilmiştir. Bu operasyon özelinde, Sputnik (94 haber), France 24 (32 haber) ve BBC (14 haber) haber ajansları sırasıyla en fazla içerik sağlayan ajanslar olmuştur. Fırat Kalkanı Operasyonu, Suriye İç Savaşı'nın başlamasının ardından Türkiye'nin güney sınırını terör örgütlerinden temizlemek amacıyla gerçekleştirdiği ilk sınır ötesi operasyondur. 24 Ağustos 2016 ile 29 Mart 2017 tarihleri arasında yürütülen operasyon, aynı zamanda en uzun süreli operasyon olma özelliği de taşımaktadır. Operasyon, Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin 51'inci maddesinde belirtilen "meşru müdafaa hakkı" çerçevesinde, bölgede faaliyet gösteren IŞİD ve diğer terörist unsurlara karşı yapılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanlığı). Türkiye, bu operasyonla birlikte Suriye İç Savaşı'na doğrudan müdahil olmuş ve bölgesel güç dengelerinde önemli değişikliklere yol açacak yeni bir dönemin başlamasına zemin hazırlamıştır. Bu etmenler nedeniyle, Fırat Kalkanı Operasyonu'nun diğer operasyonlara kıyasla uluslararası basında daha geniş yer bulduğunu ve bölgedeki gelişmeleri yakından takip eden veya bu gelişmelere doğrudan ya da dolaylı müdahil olan ülkelerin daha fazla ilgisini çektiğini söyleyebiliriz.

Ayrıca, üç haber ajansının da operasyonlar boyunca en az haberi Bahar Kalkanı Operasyonu kapsamında yayınladığı tespit edilmiştir. Bu operasyon özelinde Sputnik 48 haber, France 24, 8 haber ve BBC sadece 2 haber yayınlamıştır. Bahar Kalkanı Operasyonu, 27 Şubat 2020 ile 6 Mart 2020 tarihleri arasında, diğer operasyonlardan farklı olarak, ilk kez görece düzenli bir orduya karşı çoğunlukla SiHA'ların (Silahlı İnsansız Hava Araçları) kullanıldığı ve İdlib bölgesinin güvenliğini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir (Görücü, 2022). Dolayısıyla, operasyonun hem en kısa süreli operasyon olması hem de daha dar bir coğrafyada spesifik bir hedefe yönelik yapılması, bu operasyonla ilgili uluslararası kamuoyunda daha az haber yapılmasını açıklayan etmenler olarak değerlendirilebilir. Bahsedilen operasyonlara ek olarak, üç haber ajansının operasyonlar özelinde yayınladığı haberlerin sayısına dair detaylı veriler, Şekil 2'de sunulmuştur.

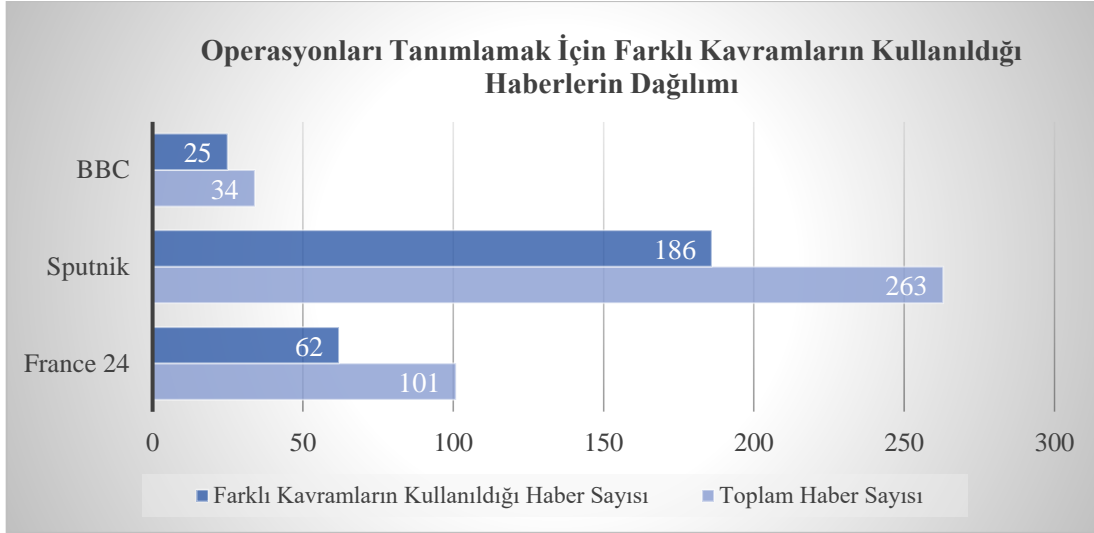
Şekil 2: Haber Ajanslarının Operasyonlar Özelinde Yayınladığı Haberlerin Sayısı.



Analiz bölümünün ikinci aşamasında ise, askeri operasyonlar sonrasında uluslararası basında oluşan Türkiye algısı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar üzerinden bir kavram seti oluşturulmuştur. Zira, operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar, kamuoyu nezdinde operasyonların meşruluğu ve amacı gibi son derece önemli konuların doğru ve eksiksiz anlaşılmasını sağlamakta ve bu anlayışla bağlantılı olarak uluslararası basında şekillenen Türkiye algısı/imajı hususunda da belirleyici bir etki yaratmaktadır.

Operasyonları tanımlamak için kullanılan kavram setini tespit edebilmek için ilk olarak, France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının söz konusu operasyonlara ilişkin yayınladıkları bütün haberler incelenmiştir. İnceleme sonucunda, France 24'ün toplam 101 haberinin 62'sinde, Sputnik'in 263 haberinin 186'sında ve BBC'nin 34 haberinin 25'inde operasyonları tanımlamak için birden fazla kavramın kullanıldığı belirlenmiştir. Bahsedilen hususa ilişkin veriler Şekil 3'te sunulmuştur. Öyle ki, bazı haberlerde operasyonları tanımlamak için birbirinden farklı iki kavramın, bazılarında ise üç, dört ve hatta beş kavramın aynı haber içerisinde kullanıldığı saptanmıştır.

Şekil 3: Operasyonları Tanımlamak İçin Farklı Kavramların Kullanıldığı Haberlerin, Toplam Haber Sayısındaki Dağılımı.



Her üç haber ajansı özelinde bahsedilen durumun somut örnekleri olarak; Sputnik haber ajansının 10 Ekim 2019 (Barış Pınarı Operasyonu) tarihinde yayınlanan *US House GOP to Introduce Sanctions Against Turkey in Response to Military Invasion of Syria* (Sputnik, 2019) başlıklı haberde operasyonları tanımlamak için “operasyon” (operation), “sınır ötesi baskın” (incursion) ve “işgal” (invasion) kavramlarının kullanılmasını, France 24 haber ajansı özelinde ise 10 Ekim 2019 (Barış Pınarı Operasyonu) tarihinde yayınlanan *Tens of Thousands Fled Turkish Offensive in Less Than 24 Hours, Syrian Right Groups Says* (France 24, 2016) başlıklı haberde operasyonları tanımlamak için “operasyon” (operation), “taarruz” (offensive), “saldırı” (assault) ve “işgal” (invasion) kavramlarının kullanılmasını ve son olarak, BBC haber ajansının, 22 Ocak 2018 (Zeytin Dalı Operasyonu) tarihinde yayınlanan *Syria Offensive: Turkish Troops 'Capture Villages' in Afrin* (BBC, 2018) başlıklı haberde operasyonları tanımlamak için “operasyon” (operation), “harekât” (campaign), “taarruz” (offensive), “sınır ötesi baskın” (incursion) ve “saldırı” (assault) kavramlarının kullanılmasını gösterebiliriz. Bu husustaki örnekler çoğaltılabileceği gibi çalışmanın kapsamı göz önünde bulundurulduğunda, her örnek habere bu bölüm özelinde yer verilebilmesi mümkün değildir. Bu nedenle üç haber ajansı özelinde elde edilen bulguları somut bir şekilde yansıttığı düşünülen birer örnek haber, rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

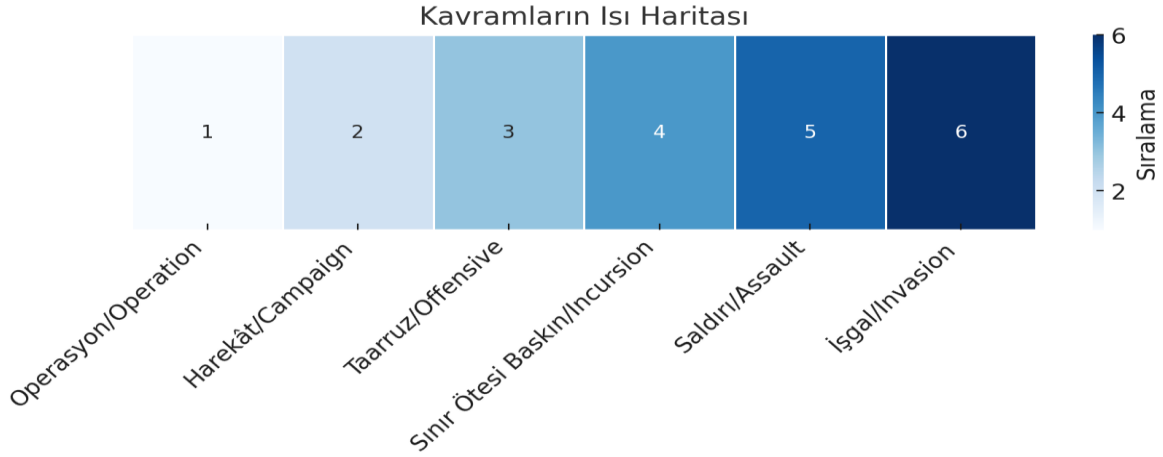
Örnek haberlerden anlaşılabilceği üzere üç haber ajansının da operasyonları tanımlamak için kullandığı kavramlar arasında “operasyon” (operation), “harekât” (campaign), “taarruz” (offensive), “sınır ötesi baskın” (incursion), “saldırı” (assault) ve son olarak “işgal” (invasion) gibi birbirinden oldukça farklı anlamlar ifade eden kavramlar yer almaktadır. Bu bağlamda, bahsedilmesi gereken en önemli hususlardan biri, kavramsal çeşitliliğin kendi içinde tutarlılık gösterdiğine veya rasyonel bir sebebe dayandırıldığına dair somut bir tespit yapmanın oldukça güç olduğu durumudur. Zira, France 24 ve BBC haber ajansları, Türk tarafının açıklama ve söylemlerinde operasyonları tanımlamak için operasyon/operation veya harekât/campaign kavramlarının

kullanılması nedeniyle Türk yetkililerin açıklamalarını aktarırken bu kavramları kullanmıştır. Ancak, Türk tarafının açıklamaları haricindeki söylemlerde, her iki haber ajansı da operasyonlarla ilgili haberlerinde, aynı haber içinde aynı operasyonu tanımlamak için bazen iki bazen üç bazen de dört veya beş farklı kavram kullanmıştır. Üstelik, bu durum her bir operasyon özelinde yapılan haberlerde tekrarlanmıştır. Bahsedilen kavramların birbirinden farklı anlamlar ifade etmesi veya başka bir ifade ile eş anlamlı olmamaları, kavramsal çeşitliliğin belirgin bir gerekçeye dayandırılarak açıklanmasını da zorlaştırmaktadır.

Benzer bir kavramsal çeşitlilik, Sputnik haber ajansının operasyonlara ilişkin yayınladığı haberlerde de gözlemlenmiştir. Ancak, diğer iki haber ajansından farklı olarak, Sputnik'in Türk tarafının açıklamalarını ve söylemlerini aktarırken dahi zaman zaman işgal/invasion kavramını kullandığı tespit edilmiştir. Bu durumun somut bir örneği olarak, Sputnik tarafından 13 Ekim 2019 (Barış Pınarı Operasyonu) tarihinde yayınlanan *Kurdish-Led Administration, Damascus Agree to Deploy Syrian Troops Along Turkish Border* (Sputnik, 2019) başlıklı haberde kullanılan ifadeyi gösterebiliriz. Bahsi geçen haberde yer alan; “Ankara, Suriye’yi işgalinin sınır bölgelerini temizlemeyi amaçladığını açıkladı” (*Ankara declared that its Syrian invasion is intended to clear border areas*) ifadesinden de açık bir şekilde anlaşılacağı üzere, Türk tarafının operasyonun amacına yönelik açıklamalarını aktarırken “operasyon” veya eş anlamlı olarak niteleyebileceğimiz “harekât” kavramı yerine doğrudan “işgal” kavramı kullanılmıştır. Üstelik, Türkiye’nin operasyonlar boyunca Suriye’nin toprak bütünlüğünün korunmasını temel hedeflerinden biri olarak belirlemesine ve bu hedefle bağlantılı olarak operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlara hassasiyet göstermesine rağmen, bu kapsamda “işgal” (invasion) kavramının kullanılması, Türkiye’nin bu konudaki hassasiyetlerinin dikkate alınmadığını açıkça ortaya koymaktadır.

Bu bulgular doğrultusunda, üç haber ajansının operasyonları tanımlamak için kullandığı kavramlar bir araya getirilerek oluşturulan kavram seti *Şekil 4*'te sunulmuştur. Kavram seti aracılığıyla, uluslararası basında Türkiye’ye dair oluşan algının daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır. Söz konusu kavramlar, *Şekil 4*'te en olumlu anlamdan en olumsuz anlam ifade eden kavramlara doğru sıralanmış ve ısı haritası şeklinde görselleştirilmiştir. En olumlu anlam ifade eden kavramın değeri 1, en olumsuz anlam ifade eden kavramın değeri ise 6 olarak belirlenmiştir. Bu sıralama, kavramların anlamları temel alınarak yapılmış olup, anlamların belirlenmesinde literatürdeki savaş çalışmalarından ve -askeri literatüre ilişkin- sözlüklerden faydalanılmıştır.

Şekil 4: Operasyonları Tanımlamak İçin Kullanılan Kavramların En Olumlu Anlamdan En Olumsuz Anlam İfade Eden Kavrama Doğru Sıralanışı.



Şekil 4'teki sıralamanın daha iyi anlaşılabilmesi adına kavramların literatürdeki savaş çalışmaları ve -askeri literatüre ilişkin- sözlüklerdeki anlamlarından da kısaca bahsetmek gerekmektedir. Nitekim sıralama bu anlamlar temel alınarak yapılmıştır. Bu doğrultuda, ilk olarak operasyon/operation kavramı ile başlamak gerekmektedir. Operasyon kavramı genellikle savaşta belirli stratejik hedeflere ulaşmak için askeri kaynakların planlı ve organize bir şekilde kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. Harekât/campaign kavramı ise belirli bir zaman ve mekânda ortak bir hedefe ulaşmak için gerçekleştirilen bir dizi askeri operasyon olarak tanımlanmıştır (Clausewitz, 1989:93-111). Operasyon ve harekât kavramları, askeri terminolojide kullanılmaları sebebiyle şiddet içeren eylemler olarak tanımlanmalarına rağmen genellikle savunma ve güvenlik stratejileriyle ilişkilendirilmektedir. Bu husus her iki kavramın da olumsuz bir anlam taşımasını engellemektedir. Bu nedenle, diğer kavramlarla kıyaslandığında bu iki kavram, en olumlu anlam ifade eden kavramlar olarak haritaya yerleştirilmiştir.

Bu iki kavrama ek olarak, çoğunlukla savaş stratejisi kapsamında ele alınan taarruz/offensive kavramı ise; düşman kuvvetlerini yok etmek veya onlara ağır kayıplar verdirmek gibi belirli bir amaca veya hedefe yönelik gerçekleştirilen askeri eylemlerin tümü şeklinde tanımlanmaktadır (Clausewitz, 1989:611-612). Bu tanımlamadan yola çıkarak taarruz kavramının, planlı ve kontrollü bir şekilde uygulandığında olumlu, aksi takdirde olumsuz bir anlam taşıyabileceğini söylemek mümkündür. Bu nedenle, diğer kavramlarla kıyaslandığında taarruz kavramı anlamsal olarak daha nötr bir kavram olarak belirlenmiş ve bu anlayış doğrultusunda ısı haritasına yerleştirilmiştir.

Operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar arasında yer alan sınır ötesi baskın/incursion kavramı ise düşman topraklarına yapılan ani veya kısa süreli bir saldırı olarak tanımlanmaktadır (Oxford, 2002:191). Oxford Sözlük, "incursion" kavramını istila ve saldırı terimleri ile eş anlamlı olarak tanımlasa da bu çalışmada, kavramın Türkçe karşılığı olarak "sınır ötesi baskın" ifadesi tercih edilmiştir. Bunun nedeni, saldırı kavramının Türkçe karşılığı olarak "assault" kelimesinin yaygın bir şekilde kullanılması ve bu terimin operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar arasında yer



almasıdır. Nitekim, saldırı/assault kavramının anlamına bakıldığında, genellikle yerel bir hedefe yönelik kısa, şiddetli ve iyi düzenlenmiş eylemleri ifade ettiği söylenebilir (NATO, 2013:41). Operasyonları tanımlamak için kullanılan son kavram olan işgal/invasion kavramı ise düşman topraklarının bütünüyle ele geçirilmesi anlamına gelmektedir (Clausewitz, 1989:93). Bu tanımlamalar doğrultusunda, her üç kavramın da zarar verme amacı taşıyan, şiddet içeren ve düşmanca tutum sergileyen eylemler olması sebebiyle yukarıda bahsedilen operasyon, harekât ve taarruz kavramlarına kıyasla olumsuz anlamlar taşıdığını söyleyebiliriz. Bu etmenler, sırasıyla sınır ötesi baskın, saldırı ve işgal kavramlarının ısı haritasında en olumsuz anlam ifade eden kavramlar olarak sıralanmasında belirleyici olmuştur.

SONUÇ

France 24, Sputnik ve BBC haber ajanslarının ilgili operasyonlar süresince yayınladıkları haberler, bu haberlerin operasyonlara göre dağılımı ve operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar, bulgular bölümünde kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışma kapsamında tercih edilen medya organlarının doğrudan devlet tarafından finanse edilmesi, bahsedilen etmenlerin haber ajanslarının bağlı olduğu ülkelerin bölgedeki politikaları ve stratejik öncelikleriyle ilişkilendirilerek, açıklanmasına olanak sağlamıştır. Zira, devletler kontrollerindeki yayın organlarının haber içeriklerine hatta kullanılan dile/söylemlere doğrudan müdahale ederek, ülke politikaları veya ulusal çıkarları ile uyumlu söylemlerin oluşturulmasını ya da bu anlayışla paralellik gösteren haberlerin yayınlanmasını sağlayabilmektedir.

Bu doğrultuda ilk olarak, ülkelerin Suriye'deki gelişmelere yönelik bölgesel dış politika önceliklerinin, bu kapsamda yapılan haberlerin sayısını ve içeriklerini etkilediğini söyleyebiliriz. İkinci olarak ise üç haber ajansının da ilgili ülkelerin resmi yayın organları olmaları sebebiyle, bu ülkelerin Suriye politikalarının Türkiye'nin Suriye'deki politikalarından farklılık göstermesinin, haberlerde kullanılan dile ve söylemlere yansıdığını ifade edebiliriz. Nitekim, Suriye İç Savaşı'nın başlamasının ardından Türkiye'nin bölgedeki politikaları ve bu doğrultuda şekillenen askeri operasyon kararları, Batılı ülkelerin ve Rusya'nın bölgedeki politikalarından belirgin şekilde farklılaşmıştır. Bu durumun somut örnekleri olarak, Suriye İç Savaşı'nın başlamasıyla Türkiye'nin "Esad'sız bir Suriye" stratejisi benimseyerek Rusya ile politikalarının farklılaşmasını ve Türkiye'nin terör örgütü olarak kabul ettiği YPG'nin, başta DAESH'le mücadelede olmak üzere ABD ve Batılı devletlerce desteklenmesinin, bu ülkelerle bölgesel politikalar konusunda ayrışmasını gösterebiliriz.

Bu ayrışmanın en belirgin yansımalarını operasyonlar özelinde yayınlanan haberlerde; operasyonları tanımlamak için kullanılan kavramlar aracılığıyla gözlemlemek mümkündür. Zira, üç haber ajansı da aynı haber içerisinde aynı operasyonu tanımlamak birbirinden oldukça farklı anlamlar ifade eden kavramlar kullanmıştır. Bu kavramlar arasında; "operasyon" (operation), "harekât" (campaign), "taarruz" (offensive), "sınır ötesi baskın" (incursion), "saldırı" (assault) ve son olarak "işgal" (invasion) kavramlar yer almaktadır. Bahsedilen kavramlar arasından özellikle "sınır ötesi baskın" (incursion), "saldırı" (assault) ve "işgal" (invasion) kavramlarının literatürde



zarar verme amacı taşıyan, şiddet içeren ve düşmanca tutum sergileyen eylemler olarak tanımlanması, bu kavramlarla ilişkilendirilen operasyonlara olumsuz anlamlar yüklemektedir. Dahası, operasyonları tanımlamak için bu kavramların kullanılması, Türkiye'nin operasyon kararlarının meşruluğu ve bu kapsamda izlenen politikalarının rasyonelitesi ve savunulabilirliği konusunda da uluslararası kamuoyunda şüphe uyandırma ve tepki çekme potansiyeli taşımaktadır. Bu etmenler, şüphesiz operasyonlar kapsamında yapılan haberler aracılığıyla uluslararası kamuoyunda oluşan Türkiye imajını ve algısını doğrudan etkilemektedir.

Nitekim, kamu diplomasisinin tarihsel kökenleri ve gelişimi bölümünde detaylı bir şekilde ele alındığı üzere, ülkelerin, uluslararası kamuoyunda algılanış şekli ülkeler ile ilgili yabancı basında kullanılan tanımlamalar ve kavramlar, uluslararası toplumun ülkeye ve politikalarına yaklaşımını doğrudan etkilemektedir. Bu kapsamda Türkiye'nin yürüttüğü operasyonlar sebebiyle uluslararası kamuoyunda evrensel hukuk kurallarının ihlal edildiği, tehdit, zorbalık veya işgal gibi gayri meşru politikalara dayanan ya da bu tür çağrışımlar yapan kavramlarla (sınır ötesin baskın, saldırı, işgal) beraber anılmasının, ülkenin uluslararası kamuoyundaki imajını/algısını olumsuz yönde etkilediğini söyleyebiliriz. Bu durumun aynı zamanda ülkenin yumuşak gücünün azalması ve bununla bağlantılı olarak ülkenin uluslararası kurum ve kuruluşlardaki rolü, diğer ülkelerle ikili ilişkileri, ülkeye yabancı yatırımcı veya turist çekilmesi gibi birbirinden farklı pek çok alan dahilinde dezavantajlar sağlayabileceğini de belirtmek gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKÇADAĞ, E. (2010). "Dünya'da ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi", TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler> (18 Aralık 2024).
- AZİZ, A. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yöntem Teknikleri, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- BANKS, R. (2020). "Public Diplomacy Evaluation", (Ed.) SNOW, N. ve CULL, N. J., Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge, New York.
- BAYIR, Ö. E. (2023). Yeni-Yeni Diplomasi, Altınbaş Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BAYKAL, S. (2024). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Yayın Kuruluşları İlişkisi: Türkiye'nin Suriye'ye Yönelik Operasyonları Özelindeki Haberlerin Analizi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İstanbul.
- BBC. (2018). "Syria Offensive: Turkish Troops 'Capture Villages' in Afrin", <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-42771469> (17 Aralık 2024).
- CLAUSEWITZ, C. V. (1989). On War, (Çev.) HOWARD, M. ve PARET, P., Princeton University Press, New Jersey.
- CULL, N. J. (2020). "Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase", (Ed.) SNOW, N. ve CULL, N. J., Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge, New York.



- CULL, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Figueroa Press, Los Angeles.
- ÇAĞLAR, İ., AKDEMİR, K. H. ve TOKER, S. (2019). *Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları*, SETA Yayınları, İstanbul.
- ÇOŞKUN, B. B. (2012). “Güvenlik Sorunları ve Kamu Diplomasisi”, (Ed.) ÖZKAN, A. ve ÖZTÜRK, T. E., *Kamu Diplomasisi*, TASAM Yayınları, İstanbul.
- DOĞAN, E. (2012). “Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtlar”, (Ed.) ÖZKAN, A. ve ÖZTÜRK, T. E., *Kamu Diplomasisi*, TASAM Yayınları, İstanbul.
- EPSTEIN, S. B. (2006). “U.S. Public Diplomacy: Background and the 9/11 Commission Recommendations”, CRS Report for Congress, <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/RL/RL32607/6%2012%20A%C4%9Fustos%202024> (17 Aralık 2024).
- ERZEN, M. Ü. (2012). “Kamu Diplomasisinin Kapsamı ve Geleceği”, (Ed.) ÖZKAN, A. ve ÖZTÜRK, T. E., *Kamu Diplomasisi*, TASAM Yayınları, İstanbul.
- FRANCE 24. (2019). “Tens of Thousands Fled Turkish Offensive in Less Than 24 Hours, Syrian Right Groups Says”, <https://www.france24.com/en/20191010-tens-of-thousands-fled-turkish-offensive-in-less-than-24-hours-syrian-rights-group-says-1> (18 Aralık 2024).
- GILBOA, E. (2001). “Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects”, *Diplomacy and Statecraft*, 12(2): 1-28.
- GILES, S. S. (2020). “Exchange Programs and Public Diplomacy”, (Ed.) SNOW, N. ve CULL, N. J., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Routledge, New York.
- GÖRÜCÜ, K. (2022). “Odak İkinci Yıl Dönümünde Bahar Kalkanı Harekâtı ve Barışın Tesisi”, SETA, <https://www.setav.org/odak/odak-ikinci-yil-donumunde-bahar-kalkani-harekati-ve-barisin-tesisi> (18 Aralık 2024).
- GROLL, E. (2014). “Kremlin’s Sputnik Newswire is the Buzz Feed of Propaganda”, *Foreign Policy*, <https://foreignpolicy.com/2014/11/10/kremlins-sputnik-newswire-is-the-buzzfeed-of-propaganda/> (18 Aralık 2024).
- HOCKING, B. (2005). “Rethinking the New Public Diplomacy”, (Ed.) MELISSEN, J., *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Palgrave Macmillan, New York.
- İNAN, E. (2012). “Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenini”, (Ed.) ÖZKAN, A. ve ÖZTÜRK, T. E., *Kamu Diplomasisi*, TASAM Yayınları, İstanbul.
- İSKİT, T. (2022). *Diplomasi: Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- KALIN, İ. (2012). “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”, (Ed.) ÖZKAN, A. ve ÖZTÜRK, T. E., *Kamu Diplomasisi*, TASAM Yayınları, İstanbul.



- KARADAĞ, H. (2020). Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut: Kamu Diplomasisi, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- KIRDEMİR, B. (2020). “Türkiye’nin Dezenformasyon Ekosistemi: Genel Bakış”, EDAM Yayınları, <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/Turkiyenin-Dezenformasyon-Ekosistemi-Genel-Bakis-Baris-Kirdemir.pdf> (18 Aralık 2024).
- KOÇAK, A. ve ARUN, Ö. (2006). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”, Selçuk İletişim Dergisi, 3(4): 21-28.
- KREUTZ, A. (2007). Russia in the Middle East: Friend or Foe, Praeger Security International, Westport.
- LEONARD, M., STEAD, C. ve SMEWING, C. (2002). Public Diplomacy, Foreign Policy Centre, Londra.
- MELISSEN, J. (2013). “Public Diplomacy”, (Ed.) COOPER, A., HEINE, J. ve THAKUR, R., The Oxford Handbook of Modern Diplomacy, Oxford University Press, Oxford.
- MELISSEN, J. (2005). “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice”, (Ed.) MELISSEN, J., The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations, Palgrave Macmillan, New York.
- NATO. (2013). NATO Glossary of Terms and Definitions, CreateSpace Independent Publishing Platform, https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/Other_Pubs/aap6.pdf (18 Aralık 2024).
- NIJKERK, M. (2019). “French Role in Syrian Reconstruction, and the Implications for Israel”, Strategic Assessment, 21(4): 55-63.
- NYE, J. S. (2020). Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu, (Çev) AYDIN, R. İ., Elips Kitap, Ankara.
- NYE, J. S. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics, Public Affairs, New York.
- NYE, J. S. (2003). Amerikan Gücünün Paradoksu, (Çev) GÜROL, K., Literatür Yayınları, İstanbul.
- OXFORD. (2002). The Oxford Essential Dictionary of the US Military, Oxford University Press, Oxford.
- ÖZKAN, A. (2013). “Role of Public Diplomacy in Establishing Nation Branding and Public Diplomacy Possibilities of Turkey”. European Journal of Research and Education, 2(3): 1-5.
- PAMMENT, J. (2013). New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice, Routledge, New York.
- SNOW, N. (2020). “Rethinking Public Diplomacy in the 2020s”, (Ed.) SNOW, N. ve CULL, N. J., Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge, New York.
- SPUTNIK INTERNATIONAL. (2019). “Kurdish-Led Administration, Damascus Agree to Deploy Syrian Troops Along Turkish Border”, <https://sputnikglobe.com/20191013/kurdish-led-administration->



[damascus-agree-to-deploy-syrian-troops-along-turkish-border-1077041161.html](https://www.ijar.org.tr/damascus-agree-to-deploy-syrian-troops-along-turkish-border-1077041161.html) (17 Aralık 2024).

SPUTNIK INTERNATIONAL. (2019). “US House GOP to Introduce Sanctions Against Turkey in Response to Military Invasion of Syria”, <https://sputnikglobe.com/20191010/us-republicans-to-introduce-sanctions-against-turkey-in-response-to-its-operation-in-syria---report-1077015794.html> (16 Aralık 2024).

STENT, A. (2016). “Putin’s Power Play in Syria: How to Respond to Russian’s Intervention”, *Foreign Affairs*, 95(1): 106-113.

TÜRKİYE CUMHURİYETİ MİLLÎ SAVUNMA BAKANLIĞI. “Fırat Kalkanı Harekâtı”, <https://www.msb.gov.tr/FiratKalkani> (18 Aralık 2024).

ÜNVER, A. (2019). “Türkiye’deki Rus Dijital Medya ve Bilgi Ekosistemi”, EDAM Yayınları, <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2019/08/AKIN-Russian-Digital-Media-TR.pdf> (18 Aralık 2024).

YAVAŞGEL, E. (2004). *Siyasal İletişim: Kavramlar ve Ardındakiler*, Babil Yayınları, Ankara.

YIRCALI, A. Ü. (2017). *Europe and the Syrian Conflict: Policies and Perceptions*, (Ed.) Sheria, O., PODEM Yayınları, İstanbul.