

Değerli İstinye Ailesi,

Sayın Okurlarımız,

Bültenimizin 37. sayısında yine sizlerle birlikteyiz. Bu sayıda da kamu diplomasisinin kuramsal konularının yanında güncel gelişmelere de değindik. Kamu diplomasisi uygulamaları günümüzde devletlerin dış politikalarında her zamankinden daha fazla yer işgal etmekte. Soğuk veya sıcak çatışmaların yanı sıra çatışmalara taraf olan aktörler kamu diplomasisi faaliyetlerini de ihmal etmiyor, hatta daha da etkili hale sokmaya çalışıyorlar. Bu faaliyetlerden örnekler verdik. Özellikle ABD/İsrail-İran savaşında dünya kamuoyuna taraflarca aksettirilen ve kamu diplomasisi kapsamında da değerlendirilebilecek propaganda maksatlı haber ve yorumların ne denli güvenilir olabileceği değerlendirilmiştir. Bu yazımızda aynı zamanda 21 Ekim 1950 tarihinde yürürlüğe giren "Savaş Zamanında Sivillerin Korunmasına İlişkin Cenevre Sözleşmesi" hükümlerine ilişkin uygulamaların bu savaşta nasıl hiçe sayıldığına da değinilmiştir.

Yeni kamu diplomasisi araştırmaları anlayışı çerçevesinde medya analizi bir diğer konumuz. Değişen iletişim koşulları medyayı da farklı bir düzleme taşıdı. Yazılı ve hatta görsel medyanın sosyal medyanın hızı karşısında ciddi bir gerileme veya etkisizlik yaşadığını söylemek yanlış olmayacaktır. "Hakikat sonrası" çağda dijital ve sosyal medyanın hızı karşısında kamu diplomasisi aktörlerinin yeni koşullara uyum sağlaması kolay olmamaktadır.

Kamu Diplomasisi Sertifika Programımız 8 Nisan'daki sınavla tamamlanmış olacak. İstinye Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi ile iş birliği içinde yeni bir sertifika programı daha planlıyoruz. İstinye Üniversitesi'nin güçlü Gastronomi Bölümü'nün de katkılarıyla programın ilgi çekeceğine inanıyoruz. Bu programımız, günümüzde kültür diplomasisi içinde giderek daha fazla önem kazanan gastrodiplomasisi alanında olacak. Üniversitemizde çeşitli alanlarda Sürekli Eğitim Merkezi üzerinden sunulan eğitimlere bu yeni programla katkı sağlayacağımıza inanıyoruz.

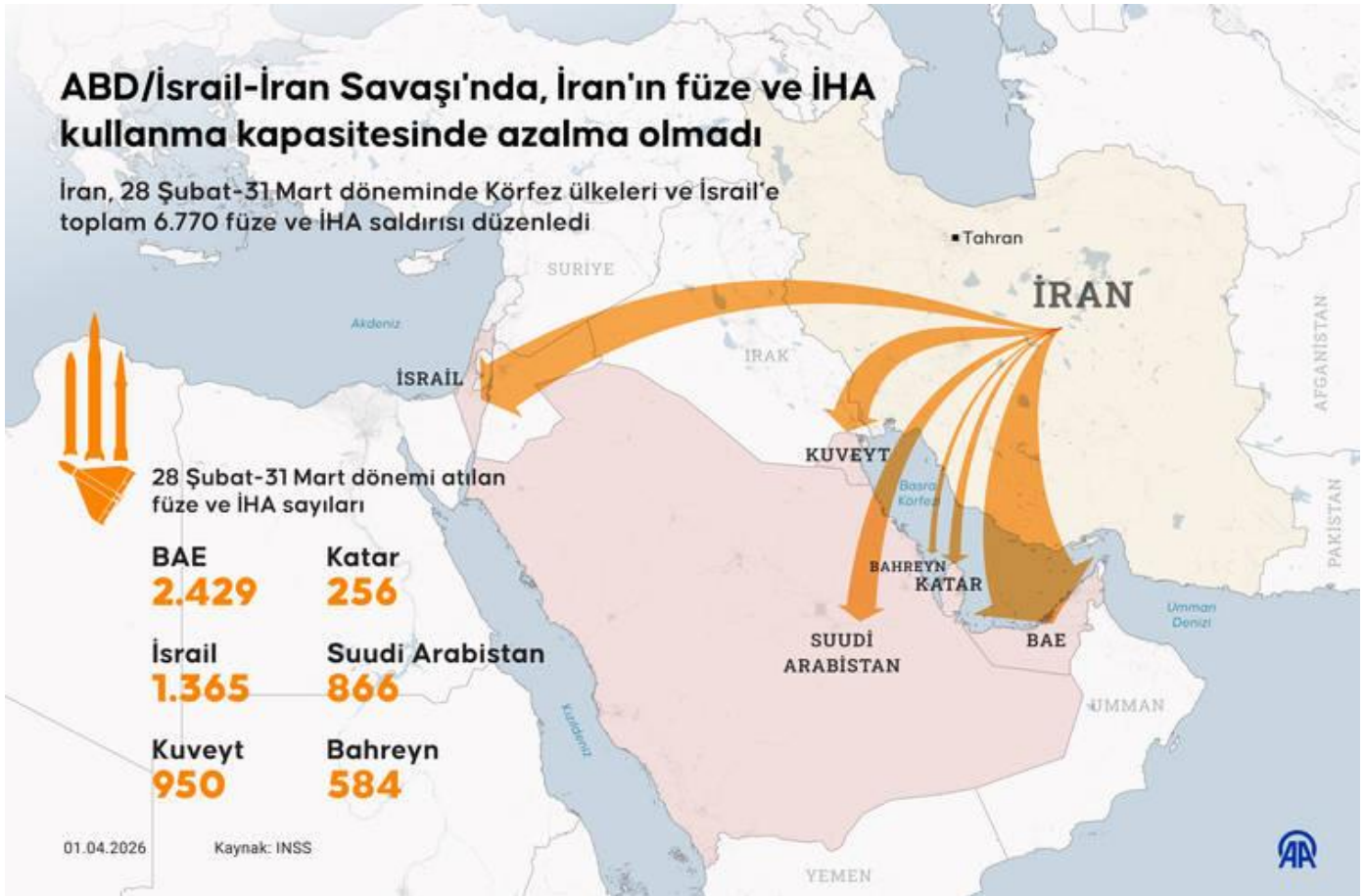
Saygılarımızla, iyi okumalar dileriz.

KADAM Yönetim Kurulu

ABD/İSRAİL – İRAN: SICAK SAVAŞTA PROPAGANDA

Devletler arasında silahlı mücadele başladığında artık propaganda ve psikolojik operasyonlar öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, bir imaj ve algı faaliyeti olan kamu diplomasisi de tamamen göz ardı edilemez. Nitekim çatışan taraflar destek ve müttefik kazanma maksadıyla savaş şartlarında bile kamu diplomasisi yürütmekten geri kalmamaktadırlar. Ancak bu faaliyetler propagandanın gölgesinde kalmaktadır.

Fakat bu kamu diplomasisi faaliyetleri ister istemez propaganda ve psikolojik operasyonların gölgesinde kalmaktadır. Başka bir ifadeyle, barış ortamında karşılıklı diyalog ile yürütülen kamu diplomasisinin şartları değişmiş, üçüncü ülkelerin meseleye bakışı büyük ölçüde farklı faktörlerle pekişir olmuştur. Üçüncü ülkeler silahlı çatışmanın öncelikle kendileri için ne gibi bir zarara yol açabileceği hususuna odaklanmışlardır ve savaşan tarafların kendi bakış açıları çok da ilgi çekmeyebilecektir. Ayrıca, her ülkenin çatışma öncesinde belleklerine kazınmış bir siyasal ve ideolojik duruşu vardır. Bu duruşun müspet veya menfi manada değiştirilmesi çok güçtür.



Konuyu devam etmekte olan ABD/İsrail-İran savaşı özelinde değerlendirmek gerekirse bugüne kadarki gelişmelerin bu görüşlerimizi destekler nitelikte olduğu anlaşılacaktır. ABD Başkanı Donald Trump, savaş öncesinde verdiği demeçlerde öncelikli hedefin İran'ın nükleer silah üretme kapasitesini yok etmek olduğunu, bunun için de İran'ın mevcut rejimini devirmek niyetinde olduklarını belirtmiştir.

İran'ın nükleer kapasitesinin olup olmadığı konusunda esasen ABD'nin iddialarının ötesinde bir kanıt bulunmamaktadır. 2005 Haziran ayında vuku bulan 12 günlük savaş sırasında İran'ın nükleer kapasitesinin yok edildiğini iddia eden Amerika Birleşik Devletleri bu kez yine aynı gerekçeyle savaşı tetiklemiş, İsrail'le birlikte İran'a şiddetli bir saldırı başlatmıştır. Savaşın ilerlemesiyle İran'ın direnç gösterdiği, buna karşılık ABD-İsrail koalisyonunun beklemediği şekilde savaşın lehlerine sonuçlanmadığı ve muhtemelen de bir barış söz konusu olursa masada İran'ın daha güçlü bir konumda olacağı anlaşılmaktadır. ABD-İsrail ikilisi İran'ın tüm yönetici kadrosunu ortadan kaldırmasına rağmen İran'da halkın herhangi bir yılgınlık göstermediği görülmüştür. İran ayrıca bu asimetrik savaşta yatay bir strateji ile tırmandırmayı tercih etmektedir.

İsrail, kendi halkını yönetimin arkasında gösterme çabası ile koyu bir karartma uygulamaya çalışmakta, savaşın kendisi için iyi gittiği izlenimini oluşturmaya çalışmaktadır. Aynı şekilde ABD Başkanın Donald Trump sıklıkla verdiği demeçlerde "savaşın kazanılmakta oluşunu, bu savaşın haklı ve meşru bir savaş olduğunu ve İran'ın rejiminin mutlaka yıkılması gerektiğini vurgulamaktadır. İsrail aynı zamanda da İran'a karşı müttefik arayışı içinde Türkiye'yi bu ülkeye karşı kışkırtma amacıyla sosyal medya üzerinden güçlü bir dezenformasyon faaliyeti yürütmektedir.

Her savaşta olduğu gibi, silahlı çatışma masum insanların kaybına neden olmaktadır. İsrail gibi bu konuda pervasızlığı ile tanınan bir devletin Gazze'de ne denli trajik bir tavır sergilediği görülmüştür. Aslında İsrail bu tavrını daha kurulmadan önce Filistin topraklarını terörist hareketlerle le geçirmeye başladığından itibaren sergilemiştir. Bugün de işgal ettiği Batı Şeria topraklarında "devlet destekli "yerleşimci çeteleri" ile zulüm düzenini devam ettirmekte, Kudüs'te İslam'ın en kutsal mekanlarından olan Mescit-i Aksa'da Müslümanlara ibadete yasağı getirmekte ve en son Filistinli mahkumlara idam cezası yasası çıkararak zulmünü daha da taçlandırmaktadır. Bir yandan da Lübnan'a saldırmakta, masum insanları Gazze'de öldürmeye devam etmektedir.

Ancak savaşın ABD-İsrail ikilisinin arzu ettiği şekilde gelişmemesi mevcut propaganda söylemlerinin inandırıcılığını kaybetmesine yol açmaktadır. Nitekim aşağıdaki resim İngiliz The Economist dergisinin 19 Mart 2026 tarihli sayısının kapağıdır. Kapakta "Kör Öfke Operasyonu" (Operation Blind Fury) ibaresi yer almaktadır. Açık bir savaş eleştirisi niteliğindeki bu kapak resmi ve kullanılan ifade, başlangıçtaki propagandadaki savaş gerekçesinin haftalar geçtikçe etkisinin kaybolduğuna işaret etmektedir. Bunun önemli sebeplerinden birisi de Trump'ın Avrupalı NATO müttefiklerini savaşa katılmaya davet etmesi ve müttefiklerin de bu davete kesinlikle ilgi göstermemeleridir. Bu, anlaşılıyor ki, ABD'nin hesaplarını altüst etmiştir. Hürmüz Boğazı'nın İran tarafından bloke edilmesi ve petrol tedariki bakımından küresel bir soruna yol açıldığı gerçeği savaşın destekçilerini giderek daha da zayıflatmaktadır.



The Economist'in 19 Mart 2026 tarihli sayısının kapağındaki Trump tasviri

Tüm bu gelişmeler ışığında, bu satırların kaleme alındığı sırada tartışması süren İran'a yönelik bir kara hareketinin tüm propaganda çabalarına rağmen dünyada ve ABD'de çok büyük destek bulmayacağı görülmektedir. ABD'nin iç kamuoyunda artan bir savaş aleyhtarlığı ve Trump'ın politikasına karşı muhalefet etkili olmaya başlamıştır. Bu yılın Kasım ayında yapılacak araseçimlerin sonucu mevcut Başkan'ın geleceğini belirleyecek niteliktedir. Kaldı ki, söz konusu bir kara harekâtı askeri bakımdan çok riskli ve sonuç getirici olmaktan uzaktır. İran'ın büyük yüzölçümü ve kalabalık nüfusu böyle bir harekatta en belirleyici unsur olan insan gücünü optimal seviyede kullanması halinde binlerce kilometre uzaktan sevk edilecek askeri birliklerin avantajlı konumda olmasına manidir. İran son füze saldırılarıyla psikolojik üstünlüğü ele geçirmiş görülmektedir. Ancak savaşın ne yöne evrileceği konusunda bu aşamada herhangi bir öngörüle bulunmak isabetli olmayacaktır. Savaşan tarafların direnç gücü ve artan maliyet karşısındaki tutumları henüz bilinmemektedir.

Bu arada, savaşan taraflar tarafından yoğun bir propaganda m¼cadelesi s¼r¼p gitmektedir. Sert g¼c¼lerin çatışmasında kamu diplomasisi b¼y¼k ¼l¼de sahadan çekilmekte veya ertelenmektedir. Propagandanın aksine, kamu diplomasisinin diyalog temelli, şeffaf ve uzun s¼reli olmasına karşı propaganda aldatmaya y¼nelik manip¼latif ve tek yanlı ¼zellikler taşımaktadır. Farklılık hem normatif hem de i¼erikseldir. Kamu diplomasisi, barış zamanının faaliyeti olduğunu bir defa daha g¼stermiřtir.

YENİ KAMU DİPLOMASİSİ VE MEDYA ANALİZİ

Medya bilgiyi aktaran ve aynı zamanda da "gerçekliği" inşa eden bir ara¼tır. Bu ¼zellikleri ile kamu diplomasisi a¼ısından birincili ¼neme sahiptir. İletişimde şekli ve ara¼ları değişse de ¼nemi azalmayan medyanın kamu diplomasisi araştırmaları ¼erçevesinde analiz edilmesi kamu diplomasisi faaliyetlerinin stratejisi, dizaynı ve uygulanması a¼ısından hayati bir ¼nem taşımaktadır.



Medya, hangi mecrada yer alırsa alsın "tarafsızlık ve nesnellik" iddiasına rağmen belirli ideolojik ¼erçevesel i¼inde ¼rettięi anlamlarla siyaseti ve kamuoyunu kendi "doğrularını" istikametinde y¼nlendirme g¼c¼ne sahiptir. ¼zellikle bir kriz esnasında tuttuğu taraf ¼zerinden karşıt olanı ¼tekileřtirme ama¼lı s¼ylem ¼retirken olayları ve g¼r¼řleri "¼erçevelemeye" (framing) y¼nelerek adil temsil ilkesini ¼ięnemekten geri kalmamaktadır. Aynı zamanda da inşa edilen egemen s¼ylemler alternatif "doğrularını" marjinalleştirerek hakikat sonrası ¼aęda aldatma k¼lt¼r¼n¼ daha da yaygınlaştırmaktadır. O halde kamu diplomasisi araştırmalarında medya analizi b¼y¼k ¼nem taşımaktadır. Medya analizinde geleneksel medya ile yeni medya ayırımına dikkat edilmesi gerekmektedir. Medya analizi, hem geleneksel hem de dijital medya platformlarındaki i¼eriklerin belirli y¼ntemlerle incelenerek anlamlandırılması s¼recidir. Bu s¼reç, medyanın toplum ¼zerindeki etkisini, s¼ylem algısını veya kitle davranışlarını anlamak ama¼ıyla yapılır. Medya analizi gerek kamu diplomasisi stratejilerinin hazırlanmasında gerekse de icra edilen faaliyetlerin ¼l¼lmesinde hayati ¼nemi haizdir.



Medya analizi, amacın belirlenmesinden sonra gerekli verilerin toplanması ile devam edecek ve bilahare nasıl bir analiz yapılacağına karar verilerek devam eder. Bu aşamada içerik, söylem ve sembiyotik verilerin hangisine öncelik verileceği kararlaştırılmalıdır. Toplanan verilerin hangi yöntemle analiz edilebileceği bu aşamada tespit edilir. Daha sonra da toplanan verilerin kategorize edilerek belli metrikler üzerinden değerlendirme yapılır. Söz konusu metrikler incelenen medyanın alıcılarının sayısı, paylaşım oranı ve yarattığı düşünülen algıya ilişkin araştırmalarla belirlenir. Sosyal medya analizinde ise öncelikle içerik, etkileme oranı ve algıların hangi davranışları tetiklediği üzerinde durulmalıdır. Sosyal medyanın dijital imkanları kullanılarak erişim, beğeni ve geri besleme oranları gibi hususlar önem kazanmaktadır.

Değerli okurlarımız, kadam.istinye.edu.tr adresli web sayfamızı da izlemenizi ve eleştirilerinizi kadam@istinye.edu.tr adresimize iletmenizi istirham ediyoruz.