İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER TEZLİ

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BİRİNCİ KÖRFEZ SAVAŞINDA İSTİHBARAT FAALİYETLERİ VE ALGI YÖNETİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ABDULLAH ALKAN

İstanbul, Ekim 2022

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER TEZLİ

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BİRİNCİ KÖRFEZ SAVAŞINDA İSTİHBARAT FAALİYETLERİ VE ALGI YÖNETİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ABDULLAH ALKAN

TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. MİM KEMAL BÜLENT ÖKE

İstanbul, Ekim 2022

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince yardımları ve bilgisini esirgemeyen değerli danışmanım Prof. Dr. Mim Kemal Bülent Öke hocam başta olmak üzere İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölüm Başkanı Doç. Dr. Uğur Yasin Asal ve Dr. Öğr. Üyesi Murat Jane hocalarıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Tez çalışmamın her aşamasında başta ailem olmak üzere bana destek olan tüm arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

İstihbarat, devletlerin veya kuruluşların güvenliğini sağlamak amacıyla devletler ya da özel kişiler tarafından toplanan diğer bir devlete, siyasi gruba, askeriyeye veya benzer herhangi bir harekete ait olduğu düşünülen bilgilerin toplanması, tasnif edilmesi, üretilmesi ve üretilen bilginin yayılması şeklinde tanımlanabilir. İstihbarat bilgiyi toplama ve bilgiyi analiz etmenin yanı sıra örtülü operasyon, propaganda, güvenlik fonksiyon ve kabiliyetlerini de içermektedir. İstihbarat örgütlerinin temel fonksiyonları istihbarat üretimi, örtülü operasyon, propaganda ve koruyucu güvenlik olarak alan yazında yer almaktadır. Propaganda fonksiyonu, istihbarat örgütleri tarafından ez az açığa çıkan fonksiyondur. Bu durum psikolojik savaş ve propagandayı örtülü operasyon faaliyetlerinin bir çeşidi olarak değerlendirilmesinden kaynaklıdır. İstihbarat faaliyetlerinin temel fonksiyonları arasında olan propaganda hedef kitlenin saptanması, uygun temaların belirlenmesi, uygun iletişim araçlarının seçilmesi, uygun şekilde kullanılarak hedef kitlenin ikna ve yönetilmesinin yanında propaganda araçlarının gizliliğinin sağlanmasını kapsamaktadır. Propaganda, devletlerin devamlılığı, bugünkü ve gelecekteki düşmanlarının güç, niyet ve faaliyetlerini öğrenmek ve bunlara hazırlıklı olmak faaliyetlerini içermekle birlikte düşmanın gücünü azaltmak için psikolojik savaşı ve düşmandan gelecek benzer faaliyetlere karşı koymayı içermektedir.

Psikolojik savaş ve propaganda 19. Yüzyıldan itibaren sistematik bir şekilde kullanılmaya başlanmış, günümüzde istihbarat örgütlerinin kullandığı en önemli faaliyetler arasında yer almaktadır. Propaganda ve psikolojik savaş, önceden belirlenen amaçları gerçekleştirmek için belirlenen kitleye, önceden planlanan haberleri kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılmasıdır. Propaganda ve psikolojik savaş, iletişim araçlarının yaşanan dönüşüm, yeni taktik ve stratejilerin geliştirilmesi, uluslararası yapının ve uluslararası toplumun dönüşmesiyle beraber değişime uğrayarak, tek yönlü bir ikna süreci olmanın ötesinde algı yönetimi kavramsallaştırmasıyla karşılıklı bir ikna sürecine dönüşmüştür. Soğuk savaş sonrası dönemde istihbarat örgütlerinin kullandığı propaganda ve psikolojik savaş faaliyetlerinde bir değişim ve artış görülmüştür. Bu dönüşümün ilk örneği 1. Körfez Savaşında ABD tarafından kullanılan propaganda ve psikolojik savaş faaliyetleridir. Bu çalışmada istihbarat ve propaganda ilişkisi bağlamında ABD'nin 1. Körfez Savaşındaki propaganda faaliyetleri analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: İstihbarat, Propaganda, Psikolojik Savaş, Birinci Körfez Savaşı

ABSTRACT

Intelligence can be defined as the collection, classification, production and dissemination of information that is thought to belong to another state, political group, military or any similar movement, collected by states or private individuals in order to ensure the security of states or organizations. Intelligence includes covert operations, propaganda, security functions and capabilities, as well as collecting and analyzing information. The main functions of intelligence organizations are in the literature as intelligence production, covert operation, propaganda and protective security. The propaganda function appears to be the least exposed function by the intelligence agencies. This is due to the fact that psychological warfare and propaganda are considered as a type of covert operational activities. Propaganda, which is among the basic functions of intelligence activities, includes determining the target audience, determining appropriate themes, selecting appropriate communication tools, persuading and managing the target audience by using them appropriately, and ensuring the confidentiality of propaganda tools. Propaganda includes the continuity of states, the activities of learning and being prepared for the strength, intentions and activities of their present and future enemies, as well as psychological warfare to reduce the power of the enemy and resisting similar activities from the enemy.

Psychological warfare and propaganda have been used systematically since the 19th century and are among the most important activities used by intelligence organizations today. Propaganda and psychological warfare is the dissemination of pre-planned news to the determined audience through mass media in order to achieve predetermined goals. Propaganda and psychological warfare changed with the transformation of communication tools, the development of new tactics and strategies, and the transformation of the international structure and international society, and turned into a mutual persuasion process with the perception management conceptualization beyond being a one-way persuasion process. In the post-Cold War period, a change and an increase has been observed in the propaganda and psychological warfare activities used by intelligence organizations. The first example of this transformation is the propaganda and psychological warfare activities used by the USA in the 1st Gulf War. In this study,

the propaganda activities of the USA in the 1st Gulf War will be analyzed in the context of the relationship between intelligence and propaganda.

Keywords: Intelligence, Propaganda, Psychological Warfare, First Gulf War

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR iii

ÖZET iv

ABSTRACT v

ŞEKİLLER LİSTESİ 9

KISALTMALAR 10

1. BÖLÜM: İSTİHBARAT VE ALGI YÖNETİMİ 16

1.1. İstihbarat Kavramı ve Tanımı 16

1.2. İstihbarat Tarihçesi 19

1.3. İstihbarat Üretimi ve İstihbarat Çarkı 23

1.4. İstihbaratın Kaynakları 27

1.5. Alanlarına Göre İstihbarat 31

1.5.1. Askeri İstihbarat 32

1.5.2. Siyasi İstihbarat 33

1.5.3. Ekonomik İstihbarat ve Teknolojik İstihbarat 35

1.5.4. Diğer İstihbarat Alanları 36

1.6. Ölçeklerine göre İstihbarat 37

1.7. Örtülü Operasyon 40

1.8. Algı Yönetimi, Psikolojik Savaş ve Propaganda 44

1.9. Algılama Yönetiminin İstihbarattaki İşlevi ve Önemi 47

1.9.1. Algı Yönetiminin Amacı ve Algı Yönetimi Süreci 49

1.10. Algı Yönetimi Yöntemleri: Retorik ve Propaganda 52

1.10.1. Propagandanın Amacı 57

1.10.2. Propaganda Türleri 59
1.11. Savaş, Algı Yönetimi ve Propaganda İlişkisi; Psikolojik Savaş 61
1.11.1. Psikolojik Savaşın amacı, Unsurları ve Araçları 63
1.12. Algı Yönetiminde Medyanın Rolü 64
2. BÖLÜM: Birinci Körfez Savaşı ve ABD'nin İstihbarat Faaliyetleri 69
2.12. Birinci Körfez Savaşı Öncesindeki Gelişmeler 69
2.2. Irak'ın Kuveyt'i İşgali ve Uluslararası Müdahaleye Giden Süreç 70
2.3. Körfez Savaşı'nın (Çöl Fırtınası Harekâtı) Başlaması ve Gelişmeler 75
2.4. Irak'a Koalisyon Güçleri Tarafından Yapılan Müdahalenin Sonuçları ve Bölge'de Meydana Gelen Gelişmeler 77
3. BÖLÜM: Birinci Körfez Savaşı'nda ABD'nin Yürüttüğü İstihbarat ve Algı Yönetimi Faaliyetleri 80
3.12. ABD'nin Irak'ın Kuveyt'i İşgali ve Uluslararası Müdahaleye Kadar Kamuoyu Algısını Yönlendirmek İçin Kullandığı Algı Yönetimi Faaliyetleri 81
3.13. Birinci Körfez Savaşı'nda Yürütülen Propaganda Faaliyetleri: Metafor ve İmgelerin Kullanımı 88
3.14. Amerikan İstihbaratının Birinci Körfez Savaşı'nda Kullandığı Propaganda Araçları ve Yeni İletişim Teknolojileri 95
SONUÇ 99
KAYNAKÇA 102

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1: İstihbarat Çarkı 27

KISALTMALAR

ABD	**:**Amerika Birleşik Devletleri
BBC	**:**British Broadcasting Corporation
Bkz	**:**bakınız
CIA	**:**Central Intelligence Agency
CNN	**:**Cable News Network
FISINT	**:**Foreign Instrumentation Signature Intelligence
GEOINT	**:**Geospatial Intelligence
HUMINT	**:**Human Intelligence
IMINT	**:**Imagery intelligence
KGB	**:**Sovyet Devlet Güvenlik Komitesi
MİT	**:**Milli İstihbarat Teşkilatı-
NADSP	**:**The National Alliance for Direct Support Professionals
NATO	**:**North Atlantic Treaty Organization
NSA	**:**National Security Agency
NSA	**:**National Security Agency
OPELINT	**:**Operational Electronic Intelligence
OSINT	**:**Open source intelligence
PNF	**:**Partito Nazionale Fascista
SIGINT	**:**Signals İntelligence
SIS	**:**Secret Intelligence Service
SSCB	**:**Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TECHELINT	**:**Technical Electronic Intelligence

TRT **:**Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

VOA **:**Voice of America

ZDF **:**Zweites Deutsches Fernsehen

GİRİŞ

İstihbarat bilimi, ekonomik, siyasal, askeri ve sosyal olayları anlamayı hedefleyen, uluslararası ve ulusal gelişmeleri önceden öngörmeyi sağlayan sosyal bir bilimdir. Devletlerin ulusal güvenliklerini etkin bir şekilde oluşturulmasında istihbarat merkezi bir role sahiptir. İstihbarat, ulusal güvenliğin sağlanması için ekonomik, politik, askeri ve sosyal bilgilerin elde edilmesi sürecinde çeşitli kaynaklardan faydalanmaktadır. Tarihsel süreçte kullanılan istihbarat kaynakları dönemsel bir çeşitliliğe sahiptir. 19. yüzyıla kadar insan unsuru, askeri ve politik istihbarat elde etmede kullanılmıştır. 19. yüzyılda teknolojinin gelişmesiyle birlikte istihbarat elde etme, kaynak ve yöntemleri çeşitlenmeye başlamıştır.

İstihbarat kavramına ilişkin yapılan tanımlamalar incelendiğinde, tanımların eksik kaldığı gözlemlenir. Kavram tanımlarından her zaman daha fazlasını ifade etmek için kullanılmaktadır. Bilgi toplama ve bilgiyi analiz etmenin yanında örtülü operasyon, propaganda ve güvenlik fonksiyon ve kabiliyetleri, istihbarat faaliyetlerine entegre olsa da kavramın tanımlanmasında genellikle kullanılmamaktadır. İstihbarat, devletlerin ya da bir kuruluşun güvenliği için devlet ya da özel kişiler tarafından toplanan: başka bir devlete, siyasi gruba, askeriye veya benzeri herhangi hareketin sahip olduğu düşünülen bilgilerin toplanması, tasnifi, üretimi, bilginin yayılması olarak tanımlanabilir. İstihbarat, çeşitli yöntemler aracıyla ilgili konuda elde edilen haberlerin ayrılması, birleştirilmesi, değerlendirilmesi ve yorumlanarak bir sonuca varılması, düşman faaliyetlerine yönelik olarak ona karşı konulması, yıkıcı ve bölücü eylemler, yürütülen propaganda faaliyetlerinin engellenerek olumlu haberlerin yayılması faaliyetidir. Bu tanımdan yola çıkarak istihbaratın propaganda ve istihbarata karşı koyma faaliyetlerini de içerdiği görülmektedir. İstihbarat örgütlerinin temel fonksiyonlarını yukarıdaki açıklamalardan hareketle istihbarat üretimi, örtülü operasyon, propaganda ve koruyucu güvenlik şeklinde kategorilere ayırabiliriz.

Propaganda istihbarat örgütleri tarafından en az açığa vurulan fonksiyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütler bu faaliyetleri kendi açık görevleri içinde ifade etmemektedirler. Bunun nedeni kendilerini psikolojik savaş istihbaratıyla ve propagandanın örtülü operasyon faaliyetlerinin bir çeşidi olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Stratejik istihbarat faaliyetleri ve uluslararası politikada propagandanın kullanılması güvenlik politikalarının desteklenmesi için

sürekli olarak kullanılan vazgeçilmez bir unsurdur. Hedef kitlenin belirlenerek, uygun temalar ışığında uygun iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesi, propaganda araçlarının gizliliğinin sağlanması ve uygun şekilde uygulanması gibi konular istihbaratın ana fonksiyonlarından biri haline gelen propaganda faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Propaganda bir devletin devamlılığı için bugünkü veya gelecekteki düşmanlarının niyet, güç ve faaliyetlerinin öğrenmek, bunların hepsine hazırlıklı olmak ve harekete geçirmek için yapılan istihbarat faaliyeti, yine benzer amaçla düşmanın gücünü azaltmak için yapılan propaganda, sabotaj, bozguncu ve yıkıcı faaliyetlerde bulunma, bu faaliyetlere karşı koyma nedenleriyle ilgilidir.

19. yüzyıldan itibaren sistematik olarak kullanılmaya başlanan propaganda ve psikolojik savaş faaliyetleri istihbarat örgütlerinin en temel fonksiyonları arasında yerini almıştır. Devlet güvenliğe ile ilgili olarak belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleştirilen bir istihbarat fonksiyonu olarak propaganda, taraftar, dost ve takipçi elde etmek ve önceden belirlenen hedefler doğrultusunda fikir ve doktrinlerin yayılmasıdır. Propaganda ile bir tarafın görüşleri geçerli ve haklı kılınırken karşı tarafın görüşleri geçersiz ve haksız olduğu algısı yaratılmaktadır (Acar, 2011, s. 129). İletişim teknolojisinde yaşanan dönüşüm, yeni stratejilerin geliştirilmesi ve uluslararası kamuoyunun oluşumuyla birlikte propaganda faaliyetleri tek yönlü bir ikna süreci olmanın ötesine geçerek algı yönetimi kavramı altında karmaşık ve karşılıklı bir ikna sürecine dönüşmüştür. Algı yönetimi hedeflenen kitlelerin önceden belirlenen amaçlar doğrultusunda, öngörülen ve istenilen adımları atması ve tavır alması için seçilen uygun enformasyon akışı ile kitlenin düşünce, duygu ve güdülerini etki altına almayı sağlayan bir eylem biçimidir. Bu nedenle algı yönetimi, istihbarat bilimi ve istihbarat örgütleri için yadsınamaz bir öneme sahiptir.

Algı yönetimi çok eski bir olgu olmakla birlikte ilk kez Amerikan Merkezi Haber Alma Teşkilatı tarafından kullanılmıştır. Algı yönetimi iki disiplin tarafından incelenmektedir. Bu tezin konu edindiği algılama yönetimi kavramı politik algılamadır. Algı yönetimi en genel tanımıyla gerçeklerin nasıl algılandığının kontrol edilmesidir. Algılama, dış dünyadan bağımsız olamayan bilinçli bir anlama çabasıdır. Algılama yönetimi, toplum, devlet ve uluslararası sistem açısından büyük bir öneme sahiptir. Çünkü insanlar gerçek ve doğru olan şeyler üzerinden değil gerçek olduğuna inandığı şeyler üzerinden harekete geçmektedir. Algılama yönetimi süreci hem savaş hem de barış dönemlerini kapsamaktadır.

CIA ile ilgili çalışmalarında algı yönetimi ve eylem çalışmaları en önemlileri arasında yer almaktadır. CIA'nin resmi propaganda bölümünde propaganda kara, gri ve beyaz olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Sahte haberler aracıyla habersizleştirme, kitle iletişim araçlarının sıkça kullanılmaya başlandığı 19. Yüzyıldan günümüze en önemli eylem biçimini oluşturmaktadır. Doğru ve düzmece haberlerin bir arada kullanılarak kitleler daha önce planlanmış amaçlar için harekete geçirilmeye çalışılır. Propaganda, önceden belirlenen amaçları gerçekleştirmek için hedeflenen kitlelere önceden belirlenen haberleri kitle iletişim araçlarını kullanarak yayarlar. Propaganda faaliyetleriyle daha önceden belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi için sistematik ve sürekli olarak hedef kitlelerin algısı yönlendirilerek amaca ulaşmak hedeflenmektedir.

Algılama yönetimi sürecinin en başarılı şekilde sürdürüldüğü örneklerden biri Birinci Körfez Savaşıdır. İletişim teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, Birinci Körfez Savaşında iletişim araçlarının propaganda ve kamuoyunu oluşturmadaki etkisi birçok araştırmanın konusu olmuştur. Medyanın Amerikan ve uluslararası kamuoyu oluşturmada etkisi ve ABD'nın savaşın öncesinden savaş sonrasına kadar olan propaganda faaliyetleri analiz edilmiştir. Propaganda çalışmalarında sıklıkla atıf alan Garth S. Jowett ve Victoria O'Donnell'in de belirttiği üzere Birinci Körfez Savaşı siyasi ve askeri olarak önemlidir. Ancak propaganda tarihi açısından toplumların algılarını yönetmek için verilen mücadele nedeniyle ayrıca önem taşımaktadır. Bu çatışmadaki propaganda faaliyetlerinin etkinliğini ve çatışmadaki rolünü tam anlamıyla anlamak için üzerine birçok çalışma yapılmalıdır. Propaganda ve İkna kitabında belirttikleri üzere Birinci Körfez Savaşı propaganda faaliyetlerinin analizi tarihte belki de en çok analizi yapılan propaganda faaliyetidir. Ancak onların da belirttiği üzere asıl önemli olan Birinci Körfez Savaşında algı yönetimi faaliyetlerinin bu muazzam başarısı ve stratejilerinin kimin tarafından hazırlandığı ve sürdürüldüğüdür. Tezde bu sorgulamaya cevap olarak propaganda yapıcı olarak Amerikan İstihbaratını ele alıp, istihbarat ve propaganda ilişkisi bağlamında ABD'nin Birinci Körfez Savaşı propaganda faaliyetleri analiz edilecektir.

Bu çalışmada, İstihbarat faaliyetlerinde algı yönetimi ve propagandanın rolü nedir?, Medyanın algı yönetimindeki işlevi nedir? Birinci Körfez Savaşında uygulanan propaganda faaliyetleri nelerdir? Araştırma soruları üzerinde durulmuştur.

Gerçekleştirilen araştırmada Türkçe ve İngilizce kaynaklardan yararlanılmıştır. Tezde sadece kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerine yer verilmiştir. Birinci Körfez

Savaşı üzerine yazılan araştırmalar ve medyada öne çıkan örnekler incelenmiştir. Birinci Körfez Savaşının tarihsel gelişimi kısaca ele alınmış ve istihbarat ve propaganda ilişkisi bağlamındaki algı yönetimi ve propaganda faaliyetleri incelenmiştir. Tezde nitel araştırma yöntemlerinden belgesel tarama kullanılmıştır. Veriler alan yazındaki bilimsel makale, kitap, gazete ve internetten elde edilmiştir. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi ve içerik çözümlemesi yöntemleriyle kuramsal çerçeve bağlamında yorumlanarak analiz edilmiştir.

Tezin birinci bölümü olan İstihbarat ve Algı Yönetimi bölümünde, İstihbarat tanımı ve tarihçesi, fonksiyonları, istihbarat üretimi ve istihbarat çarkı hakkındaki literatüre yer verilmiştir. Aynı zamanda bölümde örtülü operasyon, propaganda, algı yönetimi ilişkisi anlatılmış ve ilgili faaliyetlerin amaç, yöntem ve araçları açıklanmıştır. Ortadoğu'da uzun süreli etkileri olan Birinci Körfez Savaşı'nın ele alan ikinci bölümde Körfez savaşından önceki gelişmeler ve ABD önderliğinde koalisyon kuvvetlerinin Körfez Savaşındaki müdahalesi ele alınmıştır. Tezin Birinci Körfez Savaşı'nda ABD'nin Yürüttüğü İstihbarat ve Algı Yönetimi Faaliyetleri başlıklı son bölümünde ise bir enformasyon savaşı olarak Körfez Savaş'ında Amerikan propaganda ve algı yönetimi faaliyetleri analiz edilerek Amerikan istihbarat örgütü ile bağlantısı saptanmıştır. Körfez Savaşı süresince kullanılan propaganda faaliyetlerinde metafor ve imgelerin kullanımına değinilerek, Amerikan istihbaratının savaş süreci ve öncesinde kullandığı propaganda araçları ve kullandıkları iletişim teknolojileri anlatılmıştır.

1. BÖLÜM: İSTİHBARAT VE ALGI YÖNETİMİ

1.1. İstihbarat Kavramı ve Tanımı

Wellington Dükü ünlü vecizesinde savaşta bilgi sahibi olmayı şöyle açıklar: "Savaşın bütün işi, aslında hayatın bütün işi, bilmediklerinizi yaptıklarınızla bulmaya çalışmaktır" kendisi özetle buna "tepenin ardında ne olduğunu bilmeye ve tahmin etmek" der (Holmes, 2012, s. xvi). İstihbarat kavramı, etimolojik kökeninden de çıkarılabileceği gibi Arapça istihbar kökünden gelir ve manası haber almaktır (TDK, b.t.). İngilizce'de *intelligence* olarak kullanılan kavram, Latince'deki *intelligentia* kelimesinden gelir ve manası "diğer ülkelerin hükümetleri veya bu bilgileri alan bir grup insan hakkında gizli bilgiler"dir (Cambridge Dictionary, b.t.). İstihbaratın tanımıyla ilgili her şeyden önce söylenmesi gereken, her ne kadar özü itibarıyla ihtilaflı bir kavram olmasa da her birinin teorik ve pratik anlamda çalışmayan bir tarafının olmasıdır (Kahn, 2001, s. 79). Uluslararası ilişkiler tarafında ise bunun sebebi alanın "en az anlaşılan ve en fazla teorize edilmemiş" parçası olmasından gelmektedir (Der Derian, 1992, s. 19). Walter Laqueur da aynı şekilde iddialı istihbarat teorileri geliştirmeye yönelik tüm girişimlerin başarısız olduğunu iddia etmiştir (Laqueur, 1985, s. 8). Ancak bu ihtilaf ve teorize edilme eksikliğine rağmen istihbaratın ana işlevi, "belirsizlikten kesinliği çıkarmak ve tutarsız bir ortamda tutarlı kararları kolaylaştırmak" olmaya devam etmektedir (Betts, 1978).

İstihbarat kavramı ile ilgili çalışmalara geçmeden evvel, istihbaratın bizatihi kendisi bu kavramı nasıl tanımladığına bakmak önemli olacaktır. Millî İstihbarat Teşkilâtı (MİT)'in resmi internet sitesinde istihbarat kavramı "Devlet tarafından belirlenen ihtiyaçlara yönelik olarak çeşitli kaynaklardan derlenen haber, bilgi ve dokümanların işlenmesi sonucunda elde edilen ürün." olarak tanımlanmaktadır (Milli İstihbarat Teşkilatı, b.t.). CIA tarafından oluşturulan tanımlamaya göre ise (Bimfort, 2007, s. 4) "İstihbarat, bir hükümetin dış politikası ve ulusal güvenliği için ihtiyaç duyduğu yabancı ülkeler ve ajanları hakkında bu bilgilerin toplanması ve işlenmesi, dış politikanın uygulanmasını kolaylaştırmak için yurtdışında ilişkilendirilemeyen ve ürün ile bunlarla ilgili kişi ve kuruluşlara yetkisiz açıklamalara karşı faaliyetlerin yürütülmesi ve her iki sürecin korunmasıdır."

İngiliz İstihbarat Teşkilatı (SIS) görev tanımı üzerinden istihbaratı üç ana odak alanından açıklamaktadır: "Birleşik Krallık'ta, denizaşırı çıkarlarımıza karşı terörist saldırıları durdurmak ve müttefiklerimizi desteklemek; düşman ve kötü niyetli devletlerden gelen tehditlerle mücadele etmek, Birleşik Krallık'ın refahını artırmak ve uluslararası ilişkilerini etkilemek; Birleşik Krallık'ın siber alanını teşvik etmek ve savunmak ve tehditleri azaltmak için siber uzmanlığımızı kullanmak" (SIS, b.t.). İstihbarat pratiğinde önemli bir gelenek olan KGB'nin devamı niteliğindeki Rusya Federasyonu Gizli Servis Bürosu (FSB) istihbaratı kendi faaliyetleri üzerinden tanımlamıştır. Buna göre istihbarat ulusal güvenliği, terörle mücadeleyi, devlet sınırlarının, iç deniz, kara suları, münhasır ekonomik bölge, kıta sahanlığı ve buna bağlı kaynakların korunmayı ve savunmayı, bilgi güvenliğini sağlamayı ve diğer federal güvenlik işlevlerini yerine getirmeyi sağlayacak gücü ve unsurları ifade eder (TRG, b.t.).

İstihbarat kavramı teorik çerçevede birçok kez tanımlanmış ve tartışılmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi muhteviyatı ve tanımlaması genişleyebilir veya daralabilir fakat istihbarat pek çok şeydir, ancak temel görevi, içinde yaşadığımız dünya hakkında bilgi sağlamaktır. Bu noktada istihbarat ürününün nihai amacı basittir: karar vericiye avantaj sağlamaktır. (Jensen, McElreath ve Graves, 2017, s. 5). Abram N. Shulsky, Silent Warfare: Understanding the World of Intelligence adlı kitabında "İstihbarat Nedir?" sorusuna basit bir giriş yapmıştır. Ona göre istihbarat, "bir hükümetin ulusal güvenlik çıkarlarını ilerletmek ve bu çıkarlara yönelik mevcut veya potansiyel düşmanlardan gelen tehditlerle başa çıkmak için politika oluşturma ve uygulama politikasıyla ilgili bilgileri" ifade eder (Shulsky ve Schmitt, 2002, s. 1). Michael Warner, istihbarat tanımlamalarını incelediği Wanted: A Definition of Intelligence isimli makalesinde, kapsamlı bir istihbarat tanımlaması yapmıştır. Warner'a göre tam etkinlik için gizli kaynaklara ve yöntemlere bağlı olan; devlet çıkarları için askeri veya sivil devlet görevlileri tarafından icra edilen; genellikle yabancı devletlere ve onun alt dallarına (gruplar, şirketler ve özel kişiler) odaklanan; Bilginin üretimi ve yayılmasıyla bağlantılı, görevdeki hükümete atfedilemeyen yollarla yabancı varlıkları etkilemenin dahil olduğu çalışmalar bütünüdür (Warner, 2019, s. 21).

İstihbaratın doğasını ve rolünü anlamak için tanımlamalarda ve kavramsallaştırmalarda iki farklı yaklaşımın olduğunu söylemek mümkündür. Birincisi, istihbaratın her şeyden önce bilgi olarak anlaşılması gerektiğini vurgularken, ikincisi istihbaratı bilgiden bir yapı veya süreç olarak tasnif etme eğilimindedir. İlk anlayışın merkezinde, istihbaratın karar vericilere belirsizliklerini azaltmak

ve iyi bilgilendirilmiş seçimler yapmalarına izin vermek için sağlanan bilgi olduğu ilkesi yatmaktadır. Amerikan gizli servisinin efsane ismi Sherman Kent, istihbaratı ulusal refahı korumakla görevli sivil veya askeri yüksek rütbeli memurların sahip olması gereken bilgi olarak tanımlamıştır (Kent, 1949, s. vii). Eski CIA başkan yardımcısı Vernon Walters da istihbaratın yaşamlarımızı ve insanlarımızın güvenliğini etkileyebilecek yabancı bir ülkenin gücü, kaynakları, yetenekleri ve niyetleriyle ilgili bilgilerden mütevellit olduğunu belirtmiş, istihbaratın her zaman kamuya açık olan bilgilerden oluşmadığının altını çizmişti (Walters, 1978, s.672). Son olarak, Dış İlişkiler Konseyi'nin Richard N. Haas direktörlüğünde yürüttüğü proje raporunda istihbaratı politika yapıcılar veya hükümet içindeki diğer aktörler için hazırlanmış, kamuya açık olmayan bilgiler veya bu bilgilerin analizi olarak tanımlamışlardır (Greenberg ve Haas, 1996, s. 8).

İstihbaratın bir bilgiden fazlasını olduğu yaklaşımı da en az bilgi olduğu yaklaşımı kadar ağırlıktadır. Öncelikle Alan Dupont, istihbaratın yalnızca bilgi ve veri olmadığını, işlenmiş, ölçülmüş ve bazı amaçları yerine getirmek üzere damıtılmış bilgi ve verileri içerdiğini belirtmiştir (Dupont, 2003, s. 4). Bu yorumlama her ne kadar bilgiye vurgu yapsa da bir süreci de ifade ettiği için bir geçişi temsil etmektedir. Aynı şekilde Laqueur da bu çift yönlülüğe vurgu yapmıştır. Ona göre istihbarat bir yandan bilgi toplayan kuruluşa veya mekanizmaya vurgu yaparken, aynı zamanda toplanan bilgiye de atıfta bulunur (Laqueur, 1985, s. 12). Emekli CIA analisti Mark Lowenthal'ın Intelligence: From Secrets to Policy isimli eserinde istihbaratla ilgili daha kapsamlı bir tanımlama yapmaktadır. "İstihbarat bir hükümetin dış politikası ve ulusal güvenliği için başka ülkeler ve onların ajanları hakkında bilgi toplaması ve o bilgiyi islemesi, dış politikanın uygulanması için kendisine atfedilmeyecek yurtdışı operasyonlar ve bunlarla alakalı süreçlerin ve ürünlerin ve dahi kişilerin ve organizasyonların izin verilmemiş ifşaya karsı korunmasıdır" (Lowenthal, 2022, s.10).

Bu iki sınıflandırmanın ötesinde, istihbarat aynı zamanda, belirli stratejik konuların ayrıntılı analizlerini yapan ulusal istihbarat tahminleri gibi bir üründür. Bu ürünlerin hepsi olmasa da birçoğu sınıflandırılmıştır; yani yalnızca yeterli güvenlik iznine sahip olan ve "bilmesi gereken" kişiler bunlara erişebilir. İstihbarat aynı zamanda *karşı istihbarat* olarak adlandırılan bildiklerimizi korumakla da ilgilidir. Karar avantajını elde etmek, yalnızca bir rakip hakkında mümkün olduğunca çok şey öğrenmekle ilgili değildir; aynı zamanda kişinin kendi bilgilerini korumakla da ilgilidir. Son olarak, istihbarat genellikle önemli bilgileri toplayan, analiz eden ve istihbarat olarak

yayan *topluluğa* atıfta bulunur. Sonraki bölümlerde değinilecek olan bu kavram, istihbarat tanımlamaları ve kavramsallaştırmalarının üzerindeki tartışmaların süreceğinin göstergesidir.

1.2. İstihbarat Tarihçesi

İstihbarat faaliyetlerinin tarihi, insan gruplarının ilk kez etkileşime geçtikleri zamana kadar gitmektedir. Ötekinin niyetini ve düşüncesini herhangi bir zamanda ve mekânda avantajlı ve/veya güvenli bir pozisyona geçme, hayatta kalmanın bu tür nüanslara bağlı olduğu bir çağda günümüzde olduğu kadar azami bir ehemmiyete sahip olmuştur. Dünya tarihinde neredeyse her şeyde olduğu gibi istihbarat faaliyetleri de savaşların etkisiyle değişmiş ve karmaşık hale gelmiştir. Strateji teorileri ve pratikleri geliştikçe, istihbarat faaliyetleri de gitgide önem kazanmış, bununla da kalmayıp stratejinin ve savaşın doğası değiştikçe bizatihi bu kavramların bir parçası haline gelmiştir. İstihbaratın doğası ve onun savaşta ve siyasetteki etkisi –daha çok faydası- üzerine kaydedilen en eski teoriler Sun Tzu'nun yaklaşımlarıdır. MÖ 500 civarında yaşayan en eski savaş teorisyenlerinden Tzu, savaş yürütmek için istihbaratın önemine vurgu yapmıştır. Ona göre "Savaş sanatı bir devlet için hayati öneme sahiptir" (Tzu, 1998, s. 21), bu hayati meselenin de önemli unsurlarından birisi istihbarat yani Tzu'nun "önceden bilme"dir. "Bu önceden bilme, ne ruhlardan, ne tanrılardan, ne geçmiş olaylarla ilişkilendirmeden, ne de bir takım hesaplamalardan elde edilebilir. Düşmanın durumunu bilen adamlardan alınmalıdır." (Tzu, 1998, s.114).

Antik Yunan şehir devletlerinde ödül veya tehdit karşılığı bilgi toplamak çok yaygın bir çalışma olmuştur (Richmond, 1998, s. 3). Genellikle ilgili komutanın savaş veya gizli operasyonlar için görevlendirdiği kişiler şehirlerin kilit noktalarından bulunan yerel unsurlardan para karşılığı bilgi alma yolunu izlemişlerdir. Ancak bu yöntemle ve açık kaynaktan toplanılan bilginin doğruluğunu test etmenin kayda değer bir maliyeti olması, bilginin istihbarata dönüşmesi ve önem atfedilmesi konusunda şüpheci yaklaşılmasına sebep olmuştur. Bu da Antik Yunan'da istihbaratı faaliyetlerin profesyonelleşmesini ortaya çıkmıştır. Bir meslek olarak istihbaratın icrasının muhteviyatı düzenli casus görevlendirme; kriptograf (scytale) tasarımı yapmak, yalnızca alıcı ve gönderici tarafından çözülebilecek içeriğe sahip şifreli mesaj üretme; sıradan görünümlü eşyalara (kese, takı, kıyafet vb.) bilgi ve istihbarat uygulama (noktalama, kurutma, dikme vd.); son olarak düzenli bir gözetleme faaliyeti yürütmektir (Sheldon, 1988, s. 190-199).

Aynı şekilde Roma'nın büyüme ve idare için istihbarat çok önemli bir unsur olmuştur. Romalılar devasa büyüklükteki topraklarındaki yöneticileriyle iletişim kurmak ve topraklarının içinde veya dışında vuku bulan hadiseler ile ilgili sürekli ve sağlıklı bilgi alabilmek için karmaşık ve şartlarına göre efektif bir istihbarat ağı kurmuşlardır (Sheldon, 2004, s. 18). Bu sayede hayati önem taşıyan meseleler üzerine yoğun pratik yaparak nevi şahsına münhasır bir istihbarat sistemi ve espiyonaj karakteri ortaya çıkarmışlardır. Özellikle sefere çıktıkları sırada düzenli olarak şifrelenmiş mesaj yoluyla iletişim yöntemi çok sık kullanmışlar ve ayrıca düşmanlarının iletişimini sürekli olarak engellemeye çalışmışlardır. Roma'nın ilk diktatörü olacak Sezar *Galya Savaşı* isimli eserinde iyi şifrelenmiş bir mesajlaşma sisteminin Galya Seferi'ni nasıl kazandırdığını detaylıca anlatır. Sezar eserinde defaatle bilgi toplama ve haber almanın kesintisiz sürmesi üzerinde durmuş, bunun yanında da düşmanın bilgi akışını kesmenin önemine değinmiştir. Sezar şifreleme konusunda o kadar sofistike bir çalışma yürütmüştür ki, bugün "Sezar alfabesi" denilen enigmavari bir şifreleme sisteminden söz edilmektedir (Kahn, 1996, s. 64).

İstihbarat tarihinde kayda değer bir başka dönem ise Orta Çağ, Rönesans ve hemen sonrasını kapsayan zaman dilimidir. Şüphesiz ki İstanbul'un fethi ile savaşların doğası değişmiş, stratejiler ve istihbarat faaliyetlerinin de çehresi bambaşka bir hal almıştır. Sultan II. Mehmet teorik kapasitesini ve yüksek vizyonunu yalnızca yeni savaş stratejileri üzerinden değerlendirmemiş, savaşın öncesinde ve savaş sırasındaki bilgi toplama üzerinde de yoğun bir çalışma yürütmüştür. Öncelikle Şehre yerleşmiş Türk ve yabancı casuslar aracılığıyla kesintisiz bilgi akışı sağlandığı bilinmektedir (İlter, 2002, s. 234). Bunun dışında savaşa hazırlık aşamasında üretilen Şahi toplarının surlarda gedik açabileceği istihbarati çalışmanın sonucunda gerçekleştirilmiştir. Aynı şekilde Boğaz'ın iki hisar ile kapatılması, şehrin girişlerinden hangilerine karşı hücum edileceği, şehrin kaç gün kuşatma altında kalabileceği hakkında yoğun geniş çaplı istihbarat toplanmıştır. Savaş sonrasında başkentin İstanbul'a taşınmasıyla istihbarat faaliyetleri başka bir aşamaya geçmiştir. Fatih Sultan Mehmet'in bizatihi emriyle sefer düzenlenecek her yere öncelikle keşif ve haber alma faaliyetleri yürütecek birimler gönderilmiştir. Ayrıca Papalık ile ilgili her nevi ve her daim bilgi almak için Vatikan'da Osmanlı Devleti'ne bağlı kişiler bulunmuştur (Eroğlu, 2003, s. 25). İstihbarat faaliyetleri bununla da kalmayıp Sultan Mehmet'in İstanbul'a ve Saray'a davet ettiği sanatçılar, İstanbul'a rahatlıkla girip çıkan tüccarlar ve seyyahlar aracılığıyla bilgi toplayan casusluk faaliyeti yapmaları sıkı bir gözetim altında tutulmuştur.

Orta Çağ Avrupası'nda istihbaratın dönüşümüne birkaç tarihi olay derinden etki etmiştir. Bunlardan ilki, 1337 yılında başlayıp 1453 yılında sona eren "Yüzyıl Savaşları"dır. Yüzyıl Savaşları boyunca Avrupa'da Fransa ve İngiltere arasında kayda değer casuslu faaliyetleri yaşanmıştır. Joanne of Arc'ın kahramanlığından ilhamla değerli direnişler sergileyen Fransız kuvvetlerini yenemeyen İngilizler, sonunda Joan of Arc'ın ölümüne yol açan bir komplo düzenleyen Fransız din adamları arasına gizli bir ajan yerleştirdi. Bu olayla birlikte istihbarat ve espiyonaj faaliyetlerinin ne kadar büyük etki edebileceği ortaya çıkmıştır (Bowers, 1984, s. 170). Bu savaşın bitişine rast gelen İstanbul'un fethinden sonra Osmanlı Devleti'nin Anadolu ve Balkanlar üzerindeki hakimiyeti arttıkça Avrupa tarafından bir tehdit olarak algılanması da kaçınılmaz olmuştur. Avrupa devletler, özellikle İtalya ve merkezindeki Papalık, Osmanlı ile bir yandan mücadele ederken, bir yandan da psödö-diplomatik ilişkiler yürütmeye çalışmışlardır. Bu noktada rakibinin habitatında gizli ve açık olarak aktif faaliyet yürütmenin kalıcı bir strateji haline geldiği görülmektedir. Bununla beraber İstanbul'un fethinin Avrupa ve özellikle İtalya'daki şehir devletleri ve beylikler üzerindeki siyasi ve ekonomik etkileri de derinden olmuştur. Siyasi alanda bu etkiler önemli savaşçı beyler ve lordların ortaya çıkmasının yanında, tarihe geçmiş siyasi teorisyen ve pratisyenlerin de kendilerini göstermelerine alan sağlamıştır. Medici Ailesi'nin başdanışmanı Niccolo Machiavelli, "Her eylemde aldatmaca kullanmak tiksindirici olsa da, savaşı idare etmede övülmeye değer ve şanlı bir şey" olduğunu vurgulamışıtır; "düşmanı aldatmaca ile yenen, onu kuvvetle yenen kadar övülür." (Machiavelli, 2007, s.355).

Modern Çağ'da istihbarat ve espiyonaj farklı bir şekle bürünmüştür. Fransız İhtilali sırasında devrimci ve karşı devrimci grupların çok yoğun bir şekilde jurnal faaliyeti yürütmesi ve bunun ihtilal boyunca gücün ve iktidarın el değiştirilmesi noktasında en önemli etkenlerden birisi belki de önemlisi olması, istihbarati bilgi almaya karşı bakış açısını derinden değiştirmiştir. Özellikle Napolyon Bonaparte döneminde ilk kez istihbarat servisi olarak çalışan gizli polis teşkilatı kurulmuştur. Teşkilatın başına geçen Joseph Fouche, asker kökenli olmayan biri olarak bu görevin başın gelmiştir. Temel amaç Napolyon'a özellikle Britanya İmparatorluğu olmak üzere, tehdit olabilecek ülkelerden biri getirmek olmuştur (Hastedt, 2003, s. 76). Sonrasındaki çalışmalarından hoşnut olmayan Napolyon, Fouche'yi sürgüne göndermiştir. Bu şekilde bir teşkilatlanma ve yürütme istihbarat tarihinde önemli bir kırılmayı ifade eder. Zira Avrupalı devletler istihbarat konusunda daha kurumsalcı bir yapıya bu yenilikle bürünmeye başlamışlardır (Bowers, 1984, s. 171).

20. Yüzyıla gelindiğinde zaman ve mekân git gide sıkışmaya başlamıştır. Eşi benzeri görülmemiş büyüklükte ordular ve devasa ekonomiler, ardı ardına ihtilaller ve isyanlar, özellikle iletişim ve ulaşımda olmak üzere meydana gelen teknolojik atılımlar ve gelişmeler devletlerin olaylara bakış açısını da derinden etkilemiştir. İstihbarat artık devletler için her geçen gün daha da değerli hale gelen kazanımlarını korumak için hayati bir enstrüman haline gelmiştir. Ayrıca istihbaratın muhteviyatı da dönüşüm geçirmiş ve ağırlık daha çok vaka cereyan etmeden müdahale etme üzerine yoğunlaşmış; casusluk teknik destekli bir izleme ve analiz etme zanaatı haline gelmiştir (Lerner ve Lerner, 2004, s. 420). Benzer zaman diliminde büyük güçler başta olmak üzere istihbaratın öneminin farkına varmış neredeyse tüm devletlerde İstihbarat Teşkilat yapılanmaları kurulmaya başlamış, ABD'nin 1917 yılında çıkardığı Espiyonaj Yasası gibi çalışmalarla hem milli güvenliği tehdit edecek bilgilerin hassasiyeti koruma altına alınmış hem de istihbarat bir devlet kurumu olarak yerini sağlamlaştırmıştır. Bu gelişmenin kapsamlı örneği; halen dünyanın en önemli istihbarat teşkilatlarından olan İngiliz İstihbarat Teşkilatı'dır. Yüzyıl Savaşları'ndan itibaren pratik edilen bu köklü yapılanma, yıllar süren mücadeleler sonunda ihtiyaca göre şekillenen tedrici kurumsal yapılanma sonuç olarak iç güvenlikte MI5, dış haber almada MI6, teknik olarak da GCHQ olarak istihbarat mekanizması haline gelmiştir (SIS, 2010). Dünya Savaşları sırasında büyük yararlılıklar gösteren İngiliz İstihbaratı, Soğuk Savaş sırasında ise en parlak dönemlerini yaşamıştır. Soğuk Savaş sırasında yıllar boyunca bir çok görev ve operasyon icra eden SIS (Secret Intelligence Service), Mincemeat Operasyonu, Jungle Operasyonu, Concordo Yanıltmacası gibi bir çok tarihi operasyona imza atmıştır. Aynı zamanda SIS müttefikleri ile kayda değer bir ahenk içerisinde çalışmış, BRUSA, UKUSA ve SIGINT gibi spesifik iş birlikleri başta bilgi paylaşımı ve ortak hareket etme olmak üzere, eğitim düzeyinde de büyük yararlılıklar sağlamıştır (Davies, 2004).

Soğuk Savaş sırasında istihbarattan bahsedilecekse elbette ki ana konu ABD-SSCB arasındaki istihbarat savaşları olacaktır. Amerikan Haber Alma Teşkilatı kısaca CIA, Anglo-Sakson ve Prusya ekollerinin karışımı bir yapı ile 1947'de kurulmuştur. Aynı şekilde Birliği Devlet Güvenlik Komitesi (KGB)'nin resmi kuruluşu 1952 olsa da Sovyetlerin ilk istihbarat örgütü Cheka geleneğinden gelen bir teşkilattır. CIA, NATO bloku ülkelerinin topraklarında kesintisiz bir haber alma yürütmüştür. Buna ek olarak Demir Perde'nin öteki tarafında ise proaktif bir strateji izlemiş, saha elemanları, U-2 gözetleme uçakları, ileri seviye radar ve radyo sistemleriyle bilgi toplamıştır (Bledowska, 1987, s. 38-52). KGB ise reaktif bir pozisyon olarak istihbarat faaliyeti yürütmüştür.

Teşkilatın başlıca istihbarat karakteristiği saha elemanlarıyla küresel ölçekte bilgi toplamak, Batı'da ortaya çıkan teknolojik ve stratejik hassas bilgileri elde etmek için gizli operasyonlar düzenlemek, özellikle Varşova Paktı ülkelerinde Anti-komünist faaliyetler yürütenlere karşı gözetleme faaliyeti yürütmek, Sovyetler Birliği içerisindeki dönüştürülen veya çift tarafları çalışan kişilere karşı operasyonlar düzenlemek olmuştur (Mitrokhin, 2000). Soğuk Savaş boyunca iki teşkilat çok yoğun istihbarat faaliyetleri yürütmüşler, birçok grand strateji tercihini, dış politika uygulamasını ve tarihi olayı yönlendiren veya uygulayan aktörlerden olmuşlardır. Bunun en önemli örneklerinden biri, iki taraf arasında yıllar boyunca 7/24 devam eden istihbarat savaşları ve bu mücadelenin Berlin Duvarı'nın ortaya çıkmasındaki yadsınamaz etkisidir (Powaski, 2000).

Soğuk Savaş sona erdiğinde dünya liberal bir iklimine, batının ekonomik ve siyasi düzenine geçmiştir. Günümüzde hala "bilgi çağı" olarak isimlendirilen bu dönemde, insanlık tarihte görülmemiş bir iletişim ve ulaşım imkanına sahip olmuştur. Bu denli yoğun ve ulaşılabilir bilgi ve teknoloji, istihbarati faaliyetlerinden çehresini değiştirmiştir. İstihbarat tarihi 1990'lardan itibaren internet, bilgi teknolojileri, dış uzay evresindeki gelişmeler ve yapay zeka gibi kavramların etrafında yeniden şekillenmektedir. Geleneksel tehditler ve risklerin devam ettiği, dahası yenilerinin eklendiği bir dünyada, istihbarat faaliyetleri de en üst seviyede teknik ve azami titizlikle icra edilmektedir.

1.3. İstihbarat Üretimi ve İstihbarat Çarkı

Daha önce de belirtildiği üzere bilgi toplama genellikle verilerin toplanması anlamına gelir ve veriler, genellikle ölçüm yoluyla elde edilen nitel veya nicel değişkenlerin değerleridir. Ancak ham durumundaki verilerin değeri sınırlıdır ve kullanışlılığı veya uygulaması olan bir form halini alması gerekir. Bir kavram olarak bilgi ve veri, enformasyonun ve daha sonra bilginin türetildiği en düşük soyutlama düzeyi olarak düşünülebilir. Bilginin toplanması kadar, bilginin yönetimi de hayati önem taşımaktadır.

İstihbarat tanımlamaları ve kavramsallaştırmalarında süregelen tartışmalar temelde istihbarat üretimi ve üretim sürecinin nasıl gerçekleştiği ile ilgilidir. İstihbarat üretimi ya da istihbarat çarkı olarak kavramsallaştırılan bu süreç, basit olarak ham bilgi veya verinin istihbarata dönüşüm sürecini ve sonucunda istihbarat üretimini ifade etmektedir. Zira herhangi bir bilgi öylece istihbarat

olarak nitelendirilemez; ham bilgiyi işleme tabi tutmayı içerir ve genellikle bilginin düzenlendiği, gözden geçirildiği, incelendiği ve doğrulandığı bir sürecin sonucudur (Lowenthal, 2009). Aynı şekilde bazen bu süreç çok kısa sürede olurken bazen yıllar alır; bazen düzinelerce bilgi, binlerce verinin işlenmesini ve ayıklanmasını içerir; bazen ise tek bir verinin bağlam içerisinde anlamlı ve faydalı bir istihbarata dönüşümünden oluşur. Ancak nihayetinde en önemli nokta, istihbaratın ulaşacağı karar alıcının stratejisine pozitif katkı yapıp yapmadığıdır.

İstihbarat üretimindeki üst düzey hassasiyet, üretimin belli bir sistem, mekanik ve sofistike bir çalışma yönteminin de oluşturulmasına sebep olmuştur. İstihbarat çarkı veya döngüsü de bu bağlamda ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ilk olarak istihbaratın "bilgi toplama" gibi sınırlı algılanmasının ötesine geçtiği görülmektedir. ABD Ulusal Güvenlik Ajansı (NSA)'nın 12333 nolu kararnamesi istihbaratın bu muhteviyatını "istihbarat eforu" olarak nitelendirmiş, "Başkana ve Ulusal Güvenlik Konseyine, dış, savunma ve ekonomi politikasının yürütülmesi ve geliştirilmesi ile... ulusal çıkarlarının dış güvenlik tehditlerinden korunmasına ilişkin kararların dayandırılması için gerekli bilgileri" sağlayacağını salık vermiştir (Conrad, 1984, s. 968). Ünlü yatırım uzmanı Bruce Berkowitz istihbarat çarkını bilgi ihtiyaçlarından görevlendirmeye ve ardından toplama, analiz ve dağıtıma kadar gittiğini vurgulamıştır (Berkowitz, 1997, s.107). Berkowitz'in bu tanımlamasına ABD Milli İstihbarat Konseyi Eski Başkanı Gregory Taverton da vurgu yapar. Taverton'a göre: [Toplanan] bilgiler daha sonra toplanır, işlenir veya analiz edilir ve tüketiciye dağıtılır (Treverton, 2003, s. 104-105). Benzer şekilde Amerikan Milli İstihbarat Direktörlüğü (DNI)'ne göre "istihbarat döngüsü, karar verme sürecinde politika yapıcılar, askeri komutanlar ve diğer tüketiciler tarafından kullanılmak üzere ham bilgiyi bitmiş istihbarata dönüştürme sürecidir" (ODNI, 2011, s. 11). Son olarak Walter Laqueur'e göre ise istihbarat çarkı bir ihtiyaçla başlar; sonrasında bir dizi aşama ile ham bilgi istihbarata dönüşür ve iletilir (Laqueur, 1985, s. 20).

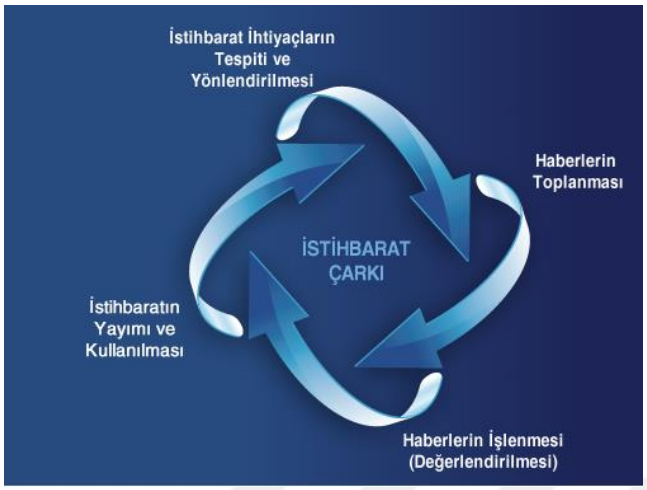
İstihbarat Çarkı ile ilgili resmî kurumlar, teorisyenler ve eski görevliler dahil olmak üzere birçok kişi bir model oluşturmuşlardır. Geleneksel İstihbarat Çarkı modellerinde genellikle müşterek ve müttefik ilişkilerinin birbirine etkisi görülmektedir. Bu sebeple en kapsayıcı olan ABD Müşterek İstihbarat Çarkı'dır. Misyon performansın merkezde olduğu "Gereksinimler, Planlama ve Direktifler, Toplama, İşleme ve Kullanma, Analiz ve Üretim, Yayımlama" altı adımlı bir yapıdadır (Allied Intelligence, 2013). FBI da aynı altı safhadan oluşur fakat CIA farklılaşmıştır (CIA, b.t.). CIA beş aşamalı bir istihbarat çarkını benimsemiştir. Planlama ve direktifler ile başlayan çark,

bilgi toplama, bilgiyi işleme, analiz ve istihbarat üretimi ile devam eder ve istihbaratın ilgili kişilere dağıtımı son bulur. NATO üyesi Milli İstihbarat Teşkilatı (MİT)'in ve istihbarat çarkı dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla: İstihbarat İhtiyaçlarının Tespiti ve Toplama Çalışmalarının Yönlendirilmesi; Haberlerin Toplanması, Haberlerin İşlenmesi ve son olarak İstihbaratın Yayımı ve Kullanılmasıdır (Milli İstihbarat Teşkilatı, b.t.).

İstihbarat çarklarının aşamaları hakkında birçok varyasyon bulunsa da ilk aşama genellikle aynı kalmıştır ve bu aşama ihtiyaçları, planlamayı ve direktifleri içerir. İstihbarat sürecinin yönü veya gereksinimleri, bir organizasyondaki bir karar verici tarafından belirlenir. İstihbarat faaliyetlerinin kaynakları ve zamanı sınırsız değildir. Bu sebeple önceliklerin belirlenmesi gerekir. Bu ürün, tam bir rapor, bir grafik görüntü veya toplanan, işlenen ve yayılan ham bilgi olabilir. Bu, aşama veri ihtiyacının belirlenmesinden bir istihbarat ürününün tüketiciye sunulmasına kadar tüm çabanın yönetimidir. Tüm Çark etkinliklerinin başlatıldığı sıçrama tahtasıdır. Döngünün başlangıcı ve sonudur, çünkü belirli toplama gereksinimlerinin oluşturulmasını içerir ve son çünkü ilke kararlarını destekleyen bitmiş zeka yeni gereksinimler üretir. İkinci aşama ise bilgi toplamaktır. Bilgi toplama, temel istihbarat, istihbarat kaynakları ile ilgili ham verileri toplamak için gerçekleştirilir. Ham veri kaynakları şunları içerebilir istihbarat unsurunun ulaşabileceği her şeyi içerir. Bazen haber raporları, havadan görüntüler, uydu görüntüleri ve hükümet ve kamu belgeleri, internet bilgileri, takip ve gözetleme belgeleri temel kaynaklardır ama sadece bunlardan müteşekkil değildir (ODNI, 2011, s. 11). Bir sonraki aşama olan işleme ve yararlanma adımında, ham verileri kullanılabilir ve anlaşılır bilgilere dönüştürmek için yüksek düzeyde eğitimli ve uzman personel ve teknolojik olarak gelişmiş ekipmanların kullanılmasını içerir. Veri çevirisi, veri şifresinin çözülmesi ve filme alınmış görüntülerin ve diğer görüntülerin yorumlanması, film, manyetik veya diğer ortamlarda depolanan verileri analiz ve üretime hazır bilgilere dönüştürmek için kullanılan süreçlerden sadece birkaçıdır. Bilgi toplama ve işleme aşamaları diğerlerine nazaran daha iç içe geçmiş süreçlerdir. Elbette İstihbarat Çarkı'nda her aşamanın birbirinin bitiş-başlangıç süreçlerini takip eden sınırlarının olmadığı açıktır. Ancak bilgi toplama ve işleme sürekli ve çok yoğun etkileşim halindeki süreçlerdir.

İstihbarat Çarkı'nın bir sonraki aşaması oldukça teknik hale gelmiş olan Analiz ve İstihbarat üretimidir. Bu aşamada ham veriden işlenmiş bilgilerin analiz edilmesi ve bu bilgilerin nihayetinde ortaya bir istihbarat üretimi çıkmasını içermektedir. Özellikle modern zamanlarda istihbarat

teşkilatlarının en kalifiye ve sofistike personellerine bu aşamada ihtiyaç duyulur. Zira karar alıcılara iletilecek olan bu raporun sonucunda bütün bir strateji ve politika etkilenebilir ve yönlendirilebilir. Ayrıca bu raporlar en yüksek seviyede gizli bilgiler olup, çoğu istihbarat kurumu tarafından yıllar boyunca gizli kalması üzerine kararnamelerle korunma altına alınmıştır. Son olarak bazı durumlarda bu aşamanın sürecinden dolayı istihbarat çarkından atlanabilir. Örneğin; 1962 Küba Füze Krizi sırasında Başkan Kennedy'nin Küba'daki Sovyet teçhizatının yalnızca gerçek sayısına ve bu bilgilerin hiçbir analize tabi tutulmamış Sovyet faaliyetlerine ilişkin raporlara ilişkin gerçek gözlem raporlarını talep etmiş ve stratejisini bu tarz bir tercih üzerinden yürütmüştür (ODNI, 2011, s. 12). Beşinci aşama, istihbaratın ilgili kişilere yayılmasıdır. Alıcının doğası, başlangıçtaki gereksinimler tartışıldığı gibi, istihbarat döngüsünün sonlarına doğru büyük ölçüde önemlidir. Bu aşamada istihbarat, ilk aşamadaki ihtiyaçlar doğrultusunda oluşturulur ve karar alıcıların faydalanacağı şekilde iletilir. Karar alıcının istihbaratı aldıktan sonraki stratejisinin ve uygulamasının başarısı, istihbarat çarkının başarısıyla eş değerdir. Ayrıca, eğer istihbarati faaliyet uzun süreli uzun vadeli bir çerçevede ise, bilgi düzenli olarak topluluğun sisteminden aktarılır. Bahsedilen bu süreçteki istihbarat transferinin azami gizlilik içerisinde tamamlanması, istihbaratın bizatihi kendisi kadar önem arz etmektedir. İstihbarat faaliyeti içerisinde yer alan unsurlar arasındaki iletişimsizlik, istihbarati bilgilinin şifrelemesi veya kripto mesajların oluşturulması aşaması esnasında ortaya çıkabilecek bir hata ve sızıntı bütün istihbarat çarkının başarısızlıkla sonuçlanması anlamına gelmektedir. Son olarak, istihbarat çarkını tamamlamak için bu istihbaratı faaliyetin değerlendirilmesi ve geri besleme verilmesinin faydaları ortaya çıkmıştır. Bu da çarkın tamamlanması için son aşamayı ifade eder. Zira bu altı adımlı çark oldukça dinamik, sürekli ve hiç bitmeyen bir süreçtir (ODNI, 2011, s. 10). Bu sebeple çarkın iyileştirilmesi için değerlendirme ve geri bildirim olmazsa olmaz bir aşama haline gelmiştir. Değerlendirme ve geri bildirim aşamasından sonra, çok yüksek ihtimalle yeni ihtiyaçlar hasıl olacaktır. Çark sistemi çoğunlukla aynı kalsa da karar alıcılara eklemeler yapılabilir; yeni bilgiler ve istihbarat unsurları eklenebilir. Böylece yeni sonuçlar ortaya çıkacaktır. Bunların hepsi, istihbaratın karar alıcıya ulaştıktan sonraki aşamada karar alıcının stratejik tercihlerinin uygulaması sonucunda meydana gelir. Bu uygulama sonucunda da basitçe “nasıl daha iyi olur” sorusunun değerlendirme ve geri beslemeye yansımaları çarka dahil edilir. Böylece çarkın devinimi yeniden başlar.



Şekil 1:İstihbarat Çarkı (İstihbarat Çarkı, 2022)

1.4. İstihbaratın Kaynakları

İnsan İstihbaratı: İstihbarat ile ilgili en temel ve en eski yöntem, istihbarati bilginin toplanması için insanın görevlendirilmesidir. İnsan istihbaratının (HUMINT), en önemli unsurları özel ajanlar ve meslek memurlarıdır. Her türlü istihbarati faaliyetin gerçekleştirilmesi bu elemanlar tarafından icra edilir. Yalnızca saha elemanları ve meslek memurları değil, ilgili araştırmaya özgü olarak istihbarat kaynağı olabilecek herkes insan istihbaratının bir parçasıdır. Saha personeli genellikle insan kaynaklarıyla iki yoldan biriyle buluşur: ya paylaşmak isteyebilecekleri önemli bilgilere iyi erişimi olduğuna inandıkları kişilere yaklaşırlar ya da herhangi bir sebeple bilgi vermek isteyen kişiler yaklaşırlar (Jensen, McElreath ve Graves, 2017, s. 124). Ancak ajanlar genellikle bir veya iki kaliteli kaynak edinmek için yıllarını harcarlar. Bu genellikle, çok sayıda kaynak edinme denemesini beraberinde getirir. Birçok meslek, yaş, millet, din ve diğer sosyolojik ve kültürel grubuna dahil insandan bilgi toplamaya çalışırlar. Ancak toplamaya çalıştıkları bilgilerin önemi, hassasiyeti ve gizliliği göz önüne alındığında İnsan istihbaratı icra etmenin ne kadar zor bir görev olduğu ortaya çıkmaktadır.

İstihbarat görevi oldukça tehlikeli ve her taraf için riskler barındıran bir meslektir. Öncelikle istihbarat memuru kesinlikle parlak ve güvenilir yetenekler arasından seçilir. İstihbarat memurunu mesleğinin birinci gününe başlatana kadar geçen süreç dahi büyük bir emek ve kaynak harcayarak

meydana gelir. Ancak bu eğitimlerin yeterli olması mümkün değildir. Zira istihbarat mesleği kesinlikle sahada öğrenilir ve tecrübe sahada kazanılır. İstihbarat memurunun görevini icra ederken tecrübesizlikten veya başka türlü bir hatadan meydana gelebilecek başarısızlıklar o istihbarat memurunun kendinin, meslektaşlarının veya kaynaklarının hayatına mal olabilir. İstihbarat görevinin tamamen başarısızlıkla sonuçlanıp maddi manevi zarar sebebiyet verebilir. Bunun dışında istihbarat örgütlerinde diğer istihbaratlar tarafından yerleştirilmiş "köstebekler" bulunabilir. Bu köstebekler elde ettikleri istihbaratla özellikle insan kaynağını hedeflerler ve insan istihbaratına zarar vermeye çalışırlar. Son olarak bu konuda "çifte ajan" denilen kavram öne çıkmaktadır. Bu kişiler istihbarat memuruna devşirildiğine veya satın alındığına ikna eder ancak ev sahibi devlete sadık kalır ve yanlış bilgi verir (Jensen, McElreath ve Graves, 2017, s. 125).

İnsan istihbaratının önemli bir noktasında dış temsilcilikler yer alır. Bir devletin diğer ülkedeki diplomatik ve askeri görevlileri otomatik olarak istihbarat faaliyeti yürüten unsurlar olarak tanımlanırlar. Bu tanımlama tarihi gerçekliklerle örtüşmektedir. Zira devasa sayıda ajan görünürde diplomatik görev altında gizli operasyonlar yürütmüşlerdir (Lewis, 2002). Ayrıca özellikle Soğuk Savaş döneminde Büyükelçilikler, Konsolosluklar, Askeri ve Sivil Ataşelikler, siyasi, kültürel ve ticari temsilcilikler çok yoğun ve aktif bir istihbarat kurumu gibi çalışmışlar, kurum görevlileri edindikleri bilgileri istihbarat görevlilerine iletmişlerdir.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin istihbarattaki etkisi ortadadır. İletişim ve ulaşım konusunda devrimsel gelişmeler sonucunda insan istihbaratı espionaj zanaatından çok teknik ve takip konulara odaklanmaya başlamıştır. Popüler kültürde tehlikeden tehlikeye koşan gizli ajanlar artık ekran başında veya araç içerisinde olan biteni izleyen raporlayan saha unsurları olarak görev icra etmektedir.

Jeo-uzamsal istihbarat (GEOINT): Gezegenin yüzeyindeki fiziksel özellikleri ve coğrafi elementler olarak referans verilen faaliyetleri tanımlamak, değerlendirmek ve görsel olarak tasvir etmek için görüntülerin ve jeo-uzamsal bilgilerin kullanılması ve analizidir (Goldman, 2006, s. 59). GEOINT; ham görüntüler, görüntü istihbaratları (IMINT) ve coğrafi bilgiden oluşur. GEOINT, basit IMINT raporlarından karmaşık ve daha katmanlı ve istihbarata yönelik verilere kadar bir dizi bilgiyi içermektedir. GEOINT ürünleri genellikle hem GEOINT üreticisinin hem de kullanıcısının bir bilgi veya veriyi sürekli olarak güncellediği bir sistem içerisinde geliştirilir. Özellikle hareketli görseller, belirlenmiş hedefler üzerinde neredeyse kesintisiz veri toplamaya

dayalı istihbarat toplamanın kilit durumda olduğu kanıtlanmış başka bir GEOINT istihbarat toplamanın önemini göstermektedir.

GEOINT'in görseller, IMINT ve coğrafi bilgiler olmak üzere üç bileşenden oluşur (Joint Chiefs of Staff, 2013, s. B-1). İlk bileşeni bir nesne, bir aktivite, bir kişi veya bir an ile ilgili insan eliyle şekillendirilmiş görsel ürünlerdir. Bu görsel ürünler yalnızca karşılaştırma için kullanılır. Daha önemlisi görüntü istihbaratı (IMINT) ürünleridir. IMINT, görüntülerin ve tamamlayıcı materyallerin yorumlanması veya analizi yoluyla elde edilen teknik, coğrafi ve istihbarat bilgileridir. Elektro-optik (EO), radar, kızılötesi (IR), çoklu spektral ve lazer sensörlerinden elde edilen görüntü verilerinin kullanılmasını içerir. Bu sensörler, nesnelerin film, elektronik görüntüleme cihazları veya diğer ortamlarda optik, elektronik veya dijital olarak görüntülerini üretir. Çok çeşitli platformlar ve sensörler IMINT işlemlerini destekler. IMINT, ham görüntülerin (bilgi) işlenmesi ve kullanılması ve analiz edilmiş bir ürün (istihbarat) oluşturmanın sonucu olan bir üründür. Tek başına bir görüntü, yalnızca piksel, rakam veya diğer grafik temsil biçimleri biçimindeki bilgiler ve bu tasvirin arkasındaki verilerdir. Son olarak coğrafi bilgiler, IMINT ve diğer görsel ürünler ile birleştirilerek GEOINT ortaya çıkarırlar.

Sinyal İstihbaratı: İletişim ve ulaşım araçlarının kullanımının giderek yaygınlaşması ile birlikte, bir başka istihbarat toplama yöntemi sinyal istihbaratı (SIGINT) ortaya çıkmıştır. SIGINT, telefonlar, radarlar, e-posta, bilgisayarlar ve benzerlerini içerecek şekilde elektronik hedeflerden bilgi toplamayı içerir. SIGINT, telefonlar, radarlar, e-posta, bilgisayarlar ve benzerlerini içerecek şekilde elektronik hedeflerden bilgi toplamayı içerir. Yabancı iletişim sistemlerinden ve iletişim dışı yayıcılardan yararlanılarak üretilen benzersiz istihbarat bilgileri sağlar, diğer kaynaklardan elde edilen istihbaratı tamamlar ve genellikle diğer sensörleri potansiyel ilgi hedeflerine yönlendirmek için kullanılır.

Sinyal istihbaratı üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar komünikasyon istihbaratı (COMINT), elektronik istihbarat ELINT ve yabancı enstrümantasyon sinyalleri istihbaratı (FISINT) olarak sıralanır (Joint Chiefs of Staff, 2013, s. B-6). COMINT, radyo, tel veya diğer elektromanyetik yollarla iletilen, yakalanan yabancı iletişimlerin toplanmasından ve işlenmesinden elde edilen istihbarat ve teknik bilgilerdir. COMINT ayrıca, resimler veya diyagramlar depolama ve/veya iletim için bir bilgisayar ağı/radyo frekansı yöntemiyle kodlandığında görüntüleri içerebilir. ELINT, iletişim dışı yayıcıların (örneğin radar) ele geçirilmesi ve analizinden elde edilen

istihbarattır. ELINT iki alt kategoriden oluşmaktadır; operasyonel elektronik istihbarat (OPELINT) ve teknik elektronik istihbarat (TECHELINT). OPELINT, yabancı iletişim dışı yayıcıların ve bunlarla ilişkili silah sistemlerinin konumu, hareketi, istihdamı, taktikleri ve faaliyetleri gibi operasyonel olarak alakalı bilgilerle ilgilenir. TECHELINT, sinyal özellikleri, güvenlik açıkları ve teknoloji seviyeleri gibi yabancı iletişim dışı yayıcıların teknik yönleriyle ilgilenir. Son olarak FISINT, telemetri, elektronik sorgulayıcılar, izleme/birleştirme/kurma/ateşleme komut sistemleri ve video veri bağlantıları gibi yabancı ekipman ve kontrol sistemlerinden ele geçirilen verilerin teknik analizini içerir.

Açık Kaynak İstihbaratı: Bilgi ve teknoloji sektöründeki devrimsel gelişmelerin bilgi ve istihbarat faaliyetlerini dönüştürdüğü daha önce de belirtilmiştir. Esasen istihbarat konusunda en büyük değişim de istihbarat kaynaklarının dağılımında meydana gelmiştir. Teknolojik aletlerin kişiselleşmesi, fertlerin gerçek hayatlarını sanal dünyaya taşımaları, hatta bunların da ötesinde artık sanal dünyada bir kendilerine sosyal ve bireysel bir dünya yaratmaları ile buralardan bilgi toplamak büyük önem arz etmeye başlamıştır. İstihbarat sözlüğünde açık kaynak istihbaratı (OSINT) iki şekilde tanımlanmıştır (Goldman, 2006, s. 104). Birincisi radyo, televizyon, gazeteler, dergiler ve internet gibi genel halka açık olan potansiyel istihbarat değerine sahip bilgileri ifade eder. Bu kaynaklara ek olarak resmi olmayan ve taslak belgeler, yayınlanmış ve yayınlanmamış referans materyalleri, araştırma veya "bulut" veri tabanları ve web tabanlı ağ platformları veya havuzları dahildir. İkinci ek tanıma göre OSINT Kamuya açık bilgiler ve ayrıca kamuya açık dağıtımı veya erişimi sınırlı olan diğer sınıflandırılmamış bilgileri içerir. Herhangi vatandaş, talep, satın alma veya gözlem yoluyla yasal olarak bu açık kaynak bilgilerine sahip olabilir. OSINT, diğer istihbarat disiplinlerini tamamlar ve boşlukları doldurmak ve sınıflandırılmış bilgi veri tabanlarında doğruluk ve aslına uygunluk sağlamak için kullanılabilir. OSINT, manipülasyona ve aldatmaya açıktır ve bu nedenle işleme sırasında inceleme gerektirir.

OSINT üzerine araştırmak yapmak için birkaç spesifik kaynak araştırma alanı vardır (Joint Chiefs of Staff, 2013, s. B-8-9). İlk olarak Gri Literatür, çeşitli meslekler tarafından kullanılan doktriner olmayan bir terimdir. Gri literatür, genellikle araştırma kuruluşları tarafından üretilen ve ne ticari olarak yayınlanmış ne de evrensel olarak erişilebilir bir açık kaynak bilgi alt kümesini ifade eder. Medyadan bağımsız olarak, gri literatür, verileri veya birincil kaynak bilgilerini, akademik raporları ve kurumsal verileri, resmi olmayan kişisel veya taslak belgeleri, resmi olmayan veya

hükümet paylaşımlarını içerebilir. Eskiden açık kaynak bilgi sistemi olarak bilinen Intelink SBU ağı, istihbarat topluluğu üyelerini, savunma bakanlığını, İç Güvenlik Bakanlığı'nı, kolluk kuvvetlerini ve diğer bilgi üreticileri ve tüketicilerini birbirine bağlayan hükümet çapında özel bir ağdır. Intelink-SBU, hassas, sınıflandırılmamış ve ticari olarak elde edilmiş bilgilerin paylaşımı için topluluk tarafından korunan bir ortamdır. Bunların dışında Açık Kaynak Toplama Edinme Gereksinim Yönetim Sistemi isimli OSINT toplama gereksinimleri yönetimi gerçekleştirmek için bir istihbarat topluluğu web etkin uygulama vardır. Bu, OSINT toplama gereksinimleri için istihbarat toplama yönetimi kayıt programıdır.

Sonuç olarak açık kaynak istihbaratı oldukça değerlidir ve değerini katlamaya devam edecektir. Bununla beraber, açık kaynak istihbaratı toplamak "samanlıkta iğne aramaktan" farksızdır. Bu sebeple, OSINT'in bir sistematiğe oturtulması için her geçen gün daha kıymetli hale gelecektir. Bugün yukarıda sayılan istihbarati bilgilerin hepsini OSINT üzerinde bulabilmek mümkündür. Bu sebeple, OSINT üzerinde olan bilgilerin ne derece sağlıklı ve ne derece analiz etmeye değer olduğu istihbarat elemanını soru işaretleriyle doğru bir çalışmaya sürükleyebilir. Gelecekte ne olacağı bilinmemekle beraber OSINT bugün müthiş fırsatlara sahip bir bilinmezlikle denizi olarak var olmaktadır.

1.5. Alanlarına Göre İstihbarat

İstihbaratın tanımı, kavramsallaştırılması, istihbarati faaliyetin hangi kaynaklardan nasıl beslendiği üzerine yapılan mülahazalardan bir sonraki aşama, istihbaratın faaliyet alanlarıdır. İstihbarat çalışmalarının amacı tekrar tekrar altı çizildiği gibi karar alıcıya "fayda" sağlamaktır. Buradan hareketle, istihbarat faaliyetinin teorik ve pratik başarısının yolu sadece nasıl icra edildiğinden geçmez. Aynı zamanda istihbarat görevinin belirli bir alana veya amaca yönelik odaklanması beklenir. Bu sayede, istihbarat faaliyeti odaklandığı alanda, neye yönelik bir istihbarat görevi icra ediyorsa o noktada başarı elde etme ihtimali artacak, hata payı en aza inecektir. İstihbaratın alanları çoğu tarafından kabul edildiği üzere ikiye ayrılır. Lisa Krizan'ın Ronald D. Grast'tan ilettiği üzere, istihbaratın bir bileşeni olarak faaliyet alanı kullanıma ve konusuna göre ikiye ayrılır. Konuları bakımından –tablodaki sırasıyla- biyografik, ekonomik, coğrafi, askeri, siyasi, sosyolojik, bilimsel ve teknik, ulaşım ve iletişim olarak sınıflandırılmıştır.

Kullanımına göre ise araştırma, mevcut, tahmin edilen, operasyonel, bilimsel ve teknik ve son olarak ikaz etmek üzerine çerçevelenmiştir (Krizan, 1999, s. 9).

1.5.1. Askeri İstihbarat

Askeri istihbarat, bir ulusun hem saldırı hem de savunma duruşları için askeri yeteneklerini analiz eden, değerlendiren, yorumlanan, tanımlayan ve tarif eden bilgiye denir (Goldman, 2006, s. 91). Askeri strateji, taktik ve doktrinin olası kullanımını tahmin etmek için kullanılan askeri istihbarat; karar vericilere, planlamacılara ve komutanlara, yabancı askeri tehditlere karşı koymak için gerekli eylem planlarını seçmek ve gerekirse operasyonları yürütmek için ihtiyaç olan bilginin sağlanmasıdır. Askeri istihbarat, yabancı askeri birimler hakkındaki bilgilerle ilgilenir ancak barış zamanında kendi askeri güçlerini planlamak veya savaş zamanında askeri operasyonlar yürütmek için ayrı ayrı değerlendirilir. En temel askeri istihbarat, "savaş düzeni" olarak bilinen, bir ulusun askeri kuvvetleri hakkındaki temel bilgilerin (insan gücü miktarı, silahların sayısı ve türleri, örgütsel yapı ve benzer veriler) bir tablo halindeki halidir (Shulsky ve Schmitt, 2002, s. 54). Komutan için, düşmanın niyetinin doğru istihbaratı belirsizliği ortadan kaldırmaya yardımcı olur ve "savaş sisini" kaldırmaya yardımcı olur; kelimenin tam anlamıyla başarı ve başarısızlık arasındaki fark anlamına gelebilir (Jensen, McElreath ve Graves, 2017, s. 316).

Savaşlar tarihinin bilindiğinden beri, askeri liderler düşmanlarına karşı avantaj elde etmeye çalıştılar. Kuvvetlerin gücü, silah teknolojisi, lojistik, eğitim, iletişim ve düşmanın niyetine ilişkin istihbarat ve komutanın harekete geçme cesareti ile birleşen yeteneği, askeri operasyon başarısında rol oynayan etmenlerdir. Şüphesiz ki ordusunun en önemli güçlerini düşmanının gizli bilgilerini elde etmek için kullanan general aydınlanmış ve bilge olarak görülmüştür (Tzu, 1998, s. 113). Aynı zamanda askeri istihbarat tarih boyunca istihbaratın bizatihi kendisi olarak tanımlandığı için, teorik ve pratik yaklaşımlar zaman içerisinde geniş çaplı değişimler ve dönüşümler yaşamıştır. Örneğin Birinci Dünya Savaşı'na kadar ABD Ordusu'nun sabit bir askeri istihbarat doktrini olmadığı için askeri istihbarat düzensiz rütbeli emirleri ve devriye faaliyetlerinden oluşmuştur (Phythian, Gill ve Marrin, 2008, s. 25). Aynı şekilde İkinci Dünya Savaşı da askeri istihbaratta devrimsel değişimlere önayak olmuştur. Savaşın hemen başında askeri istihbarat temelde bir komutanın plan yapmasına ve karar vermesine yardımcı olabilecek bilgi ve yalnızca yüksek rütbeli

subaylar tarafından icra edilecek bir süreç olarak görülmekteydi. Ancak savaş boyunca mücadele yalnızca muharebe alanlarında değil, aynı zamanda istihbarat alanlarında da devam etmiştir. İstihbaratın tarihçesinde de belirtildiği gibi yanıltma operasyonları, kriptolama sistemleri başta olmak üzere birçok istihbarat ve karşı istihbarat faaliyeti savaş meydanında sonuç almak için hayati riskler altına girilerek uygulanmıştır. Savaş sonunda askeri istihbarat, olası veya gerçek bir düşman veya arazi ve hava dahil olmak üzere harekât sahasına ilişkin bilgiler ve bunlardan çıkarılan sonuçlardan damıtılarak değerlendirileceği doktrine edilmiştir (Phythian, Gill ve Marrin, 2008, s. 27). Böylece istihbarat faaliyetleri hava, deniz, kara ve uzay dahil bütün askeri kuvvetlerin dahil olduğu bir alan haline gelmiştir.

Askeri istihbaratta önemli olan sağlıklı, dakik ve kapsamlı iletilen istihbaratın ilgili komutan tarafından hakkaniyetiyle değerlendirilmiş bir süreçtir. Böylesi bir süreç harbin kaderini değiştirir. Muharebe sahasını kaderini belirler. Zaferin veya mağlubiyetin ne boyutta yaşanacağı bu mekanizmanın pratikte ortaya çıkaracağı etkiye bağlıdır. Tarihte birçok kez bir askeri istihbarat, savaşları kısalttı ve hayatları kurtardı. Böylesi bir olgu, insan kararlarının verilmesini etkileyen güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler potansiyel olarak belirlenebilir ve böylece çatışmalar sırasında potansiyel olarak başarılı sonuçlar üretilebileceğini göstermiştir.

1.5.2. Siyasi İstihbarat

Devletler ve hükümetleri, iç ve dış politikada stratejiler üretirken ve politikalarını uygularken iş ve dış rakiplerinin kapasitelerini ve niyetlerini bilmek isterler. Uluslararası ilişkilerin neredeyse tamamı bu kapasite ve niyetleri bilerek veya tahmin ederek tehdit veya risklere karşı mücadele etmeye hazır halde olmayı içermektedir. İki devlet arasında marjinal güç ve kapasite farkı yoksa, birinin diğerine kadar üstün gelmesinin yolu onu daha iyi bilmesi ve tahmin etmesinden geçer. Aynı şekilde antik krallıklardan modern devlet sistemlerinde de siyasi rakibini bilmek ve kendini ona karşı korumak en önemli siyasi manevralardan biridir. Devletin ortaya çıktığı tarihten beri bu saikler karmaşıklaşmasına rağmen temelde bu çerçevede süregelmiştir. Siyasi istihbarat da devletlerin tarihi kadar eskidir ve istihbarat faaliyetinin ortaya çıkış sebeplerinden biridir. Kavram olarak siyasi istihbarat, bir devletin dış ve iç politikaları ve siyasi hareketlerin faaliyetleri ile ilgili fayda sağlayacak her türlü bilgidir (Goldman, 2006, s. 109). Siyasi istihbaratın içeriği, yabancı

ülkelerin, grupların ve bireysel liderlerin siyasi süreçleri, fikirleri ve niyetlerinde mütevellittir. Uluslararası cihetinde ise bölgesel gruplaşma, çok taraflı anlaşma düzenlemeleri ve kuruluşları ve yerleşik hükümetlere veya otoritelere yönelik veya onları etkileyen dış siyasi hareketlere dair bilgiler yer alır. Bu istihbaratı üreten analiz hem uluslararası siyaset hem de yabancı ülkelerin iç siyaseti üzerine yazılan gazete köşeleri, politika önerileri ve akademik yayınların formatına benzer. Elbette içerdiği kamuya açık olmayan bilgilerden ötürü keskinliği ve hedefi daha berraktır (Shulsky ve Schmitt, 2002, s. 55).

Daha önceki bölümlerde de değinildiği gibi, istihbarat tarihi askeri olduğu kadar siyasidir. Hatta zaman geçtikçe askeri bir silah olmaktan çok siyasi bir araç haline gelmiştir (Bowers, 1984, s. 176). Gerek savaşların kaderinin çizilmesinde gerekse de devletlerin ve hükümetlerin siyasi hamlelerinde bunun ne kadar etkili olduğunu görebiliriz. Tarihsel olarak Joan of Arc, Fouche ve Rommel gibi en bilinen siyasi istihbarat karakterlerinin dışında, bizatihi savaşa girilmesi veya girilmemesi konusundaki siyasi istihbarat artık istihbarat faaliyetin en önemli noktası olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun en büyük örneği Vietnam Savaşı ve Afganistan Savaşı arasındaki siyasi istihbarat ve stratejik dokunuşun meydana getirdiği sonuçlardır. Robert Mcnamara, ABD'nin Vietnam Savaşı'na girmedeki rolü ile meşhur Savunma Bakanı, *In retrospect: The tragedy and lessons of Vietnam* isimli kitabında savaşın başlamasından bir yıl sonra aldığı bir istihbarat raporunda neredeyse bir yıl geçmesine ve savaş kapasitesinin her gücün artırılmasına rağmen herhangi bir başarı elde edemediklerini gördüğünü yazar (McNamara, 1995, s. 99). Mühendislik zekasıyla öne çıkmış biri olan McNamara için Vietnam gibi bir ülkeye ABD Ordusu'nun girmesi ve çıkması çok fazla zaiyat vermeden olabilecek bir hesaplamadan ibaret olmuştur. İşte siyasi istihbarat tam bu noktadan devreye girer. Savaş girme noktasındaki şerhler bir yana, savaşın birinci yılında dahi başarı elde edememek yeni bir politika geliştirmenin habercisi anlamı gelmesine rağmen, siyasi kabiliyeti yüksek olmayan ve bu yüzden siyasi istihbaratı faydalı bir şekilde değerlendirmeyen karar alıcı, devleti ve hükümeti başarısızlıkla yüzleştirir. Bu tarz bir davranışın tam karşısında ABD Başkanı Jimmy Carter'ın Güvenlik Danışmanı Zbigniew Brzezinski yer alır. Brzezinski bir röportajında Sovyetlerin Afganistan sınırını kapattıkları gün Başkan Carter'a "Şimdi SSCB'ye kendi Vietnam savaşını verme fırsatına sahibiz." dediğini iletir (Brzezinski, 1998). Afganistan-Sovyetler Birliği Savaşı'nın sonra malumdur: 10 yıl süren amaçsız bir savaş, ABD ve müttefikleri tarafından devasa şekilde desteklenen Afgan militanlar, kırılmak üzere olan Sovyet ekonomisi ve rejiminin sonunun gelmesine bir darbe daha vurulmuştur.

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi siyasi istihbarat tarih boyunca hayati önem taşıyan bir araç olmuştur. Dahası, gün geçtikçe ehemmiyeti daha da çok artmaktadır. Teknolojik gelişmelerin istihbaratın çehresini değiştirdiği tartışmalarının sürdüğü bir düzlemde, siyasi istihbaratın önemini kaybetmekten ziyade merkezi pozisyondaki yerini sağlamlaştığını söylemek yanlış olmaz. İstihbarat faaliyet alanlarının ve toplama kaynaklarının çeşitlenmesi, siyasi istihbaratın ağırlığının azalmasına sebep olmamaktadır. Nihayetinde istihbarati faaliyeti analiz eden, sunan, sunulan ve son tercih yapacak olan karar alıcı genellikle siyasi olacağı için, dünyanın kaderini de siyasi istihbaratın yönlendireceği politika ve stratejilerin belirlemesi de kaçınılmaz olacaktır.

1.5.3. Ekonomik İstihbarat ve Teknolojik İstihbarat

Liberal ekonomik düzen dünya üzerindeki etkisini artırdıkça, uluslararası ilişkiler yüksek-alçak siyaset olarak tanımladığı kavramlarda değişimeler söz konusu olmuştur. Dünya siyasetini yakından ilgilendiren olayların birçoğunun ekonomik temelli olması, neredeyse her uluslararası meselenin ticari ilişkilerle birbirine eklemlenmesi, devletlerin ekonomik bilgilerinin ve niyetlerinin neler olduğunu daha da önemli hale getirmiştir. Bu bağlamda ekonomik istihbarat, bir ülkenin ekonomik sisteminin gelişimi, üretimi, emeği, finansmanı ve vergilendirilmesi ile mal ve hizmetlerin dağıtımı ve tüketimi ile ilgili dış istihbaratın toplanması ve üretilmesi anlamına gelmektedir. Böylesi bir istihbaratın toplanması, yani ilgili ülkenin ekonomik gücü refahı hakkında istihbarata sahip olmak, dolaylı olarak askeri ve siyasi gücü ile ilgili de önemli projeksiyonlar sunar. Bu tanım, bir yabancı hükümetin ekonomi politikası, programları ve genel makro ekonomik sağlığı hakkında istihbarat yoluyla bilgi toplanmasını içerir. Açık istihbarat veya özel şirketlere ilişkin bilgileri içermez (Brand, 1996, s. 11). Buna ek olarak ekonomik istihbarat, endüstri ve teknolojik bilgi ve tecrübenin de elde edilmesini içermektedir. Önemli bir atılım potansiyeline ve iştahına sahip bir ülke, sanayi politikasına katkı sağlaması amacıyla ekonomik istihbarat bilgileri toplama eğilimindedir (Shulsky ve Schmitt, 2002, s. 6). Bu nedenle, ekonomik bilgi toplamak için istihbarat teşkilatlarının kullanımına ilişkin mesele, büyük ölçüde hükümetin bir ülkenin ekonomik geleceğini yönlendirmedeki rolüne bağlıdır.

Ekonomik ilişkilerin gitgide karmaşık karşılıklı bağımlılık merkezli olmaya başlaması, ekonomik istihbarat ile ilgili bir başka tartışmayı ortaya çıkarmıştır. İstihbaratın genel olarak milletin

ekonomik refahını ilerletmek için kullanılıp kullanılmaması gerektiğidir. Özellikle büyük güçler ve uluslararası ekonomik sistemde basamak atlamak arzusundaki devletlere göre ekonomik faktörlerini ve ittifaklarını etkilemek, iç piyasada işleyen bir maliye ve para politikası oluşturmak ve uygun hükümet programlarını başlatmak için rakiplerinin niyetleri ve yetenekleri hakkında son derece doğru ve zamanında ekonomik istihbarata ihtiyaç vardır (Brand, 1996, s. 12). Ekonomik istihbarat olmadan, bir ulus ekonomik çalkantılarla mücadele eder ve isteği dışında diğer güçlerle ilişkiler kurmak zorunda kalır. CIA'nin Soğuk Savaş boyunca istihbarat ihtiyacının siyasi ve askeri istihbarattan ekonomik istihbarata doğru kayması buna bir başka örnek olarak gösterilebilir.

Yukarıda bahsedildiği gibi ekonomik istihbaratın bir yönü de teknoloji transferidir. Hatta bazı dönemlerde teknolojik istihbarat ve ekonomik istihbarat kavramları iç içe geçmiştir. Özellikle Komünist blok ülkeleri olmak üzere, sanayii üzerinden kalkınmayı amaçlayan ülkeler, ekonomik kalkınma hedeflerini diğer ülkelerden teknolojik istihbaratın katkısıyla başarmışlardır. Tersine mühendislik, taklit, replika üretimi ve siber espiyonaj bazı yönetimler için neredeyse uzun vadeli devlet politikası haline gelmiştir (Gilli ve Gilli, 2018). Bu raddede kayda değer bir istihbarat türünün kullanım sıklığı da paralel olarak oldukça yoğundur. Teknolojik istihbarat faaliyeti yürütecek istihbarat ekibi belki yıllarca bu operasyonu yürütmeye hazırdırlar. Çok hassas ve korunaklı bilgilerin elde edilmesi gerektiği için, bu bilgilere ulaşmak da son derece zordur ve genellikle saha istihbaratı şeklinde ele geçirilir. Buna mahsuben, sahadaki casus ilginin bilginin elde edileceği alana sızmak için güven kazanmaya çalışarak yerleşmeyi dener ki bunu icra etmek bazen yıllar sürer. Bu yüzden en sık kullanılan istihbarat alanlarından biridir ve kalifiye insan istihbaratı unsurlarını gerektirir.

1.5.4. Diğer İstihbarat Alanları

İstihbaratın en çok bilinen ve en yoğun alanlarının dışında birçok alanı mevcuttur. Bu alanlar genellikle çok spesifik alanlar olmakla birlikte, bazen de diğer alanların alt dalı olarak göründükleri için o faaliyet alanlarında sınıflandırılırlar. Ana istihbarat alanlarından azade olan bu alanları tek bir başlıkta vermenin daha kompakt bir analize katkı yapacağı düşüncesiyle ilke olarak *sosyal istihbarat*, toplumsal dinamiklerin ve saiklerin ağırlık oluşturduğu alanlardan elde edilen istihbarat bilgisine denir. Genellikle siyasi istihbarattan ayırmanın zor olduğu bir istihbarat faaliyet

alanı olan sosyal istihbaratta genellikle grup, zümre, cemaat, tarikat, kült veya her nevi hareket gruplarının oluşturduğu unsurların profillerinin elde edilmesinden gelir. Günümüzde sosyal istihbaratın karakterize olduğu sosyo-kültürel istihbarat ve sosyal medya istihbaratı gibi sofistike alanlarda kendine yer bulmuştur (Donohue, 2015). Bir diğer faaliyet alanı *ulaşım ve iletişim istihbaratı*, strateji ve politikanın yönlendirilmesi için gerekli olan ulaşımı yolları, araçları ve zamanları ile iletişim yolları ile ilgili bilgi toplama ve korumayı içeren bir faaliyet alanıdır. İletişim ve ulaşım alanındaki en önemli nokta, istihbarat toplandığı kadar karşı istihbaratı engellemektir. Bir diğer istihbarat türü de biyografik istihbarattır. Bu istihbarat türü genellikle şahıs odaklıdır. HUMINT başlığında da belirtildiği gibi insan istihbaratının bir kısmı da hedef insanlarla ilgilidir. Buradan hareketle biyografik istihbarat gerçek veya potansiyel öneme sahip bireysel yabancı kişiliklerle ilgilenen istihbarat bileşenidir (Leonard, 2011, s. 55). İstihbarat servislerinin birçoğu içeride ve dışarıda potansiyel tehdit ve risk barındıran, fayda sağlanabilecek veya çok geniş bir perspektifte ülke menfaatlerine zarar veya fayda sağlayabilecek kritik odak kişileri ile ilgili sürekli ve derinlemesine istihbarat çalışması yaparlar. Bu da oldukça önemli bir faaliyet alanı olarak süregelmektedir.

1.6. Ölçeklerine göre İstihbarat

İstihbaratın en yüksek ölçeği olarak kabul edilen stratejik istihbarat, en geniş tanımıyla ulusal ve uluslararası düzeyde askeri ve siyasi stratejilerin ve planların oluşturulması için ihtiyaç duyulan istihbarat türüdür (Goldman, 2006, s. 126). İlk kez Sherman Kent tarafından 1949 yılında *Strategic Intelligence for American World Policy* isimli eserinde ortaya attığı bir kavramdır. Kent stratejik istihbarata "yararlı bilgi arayışının bir uzantısı" olan bir anlayışla yaklaşmıştır Sonrasında Kent bu muğlak ifadeyi netleştirmiştir: "stratejik istihbarat, ulusun savaşta ve barışta dış ilişkilerinin dayanması gereken bilgidir" (Kent, 1949, s. xxi). Buradaki dış ilişkiler ifadesi aslında istihbarat teorileri ve pratiklerini yönlendirmiş ve istihbarati faaliyeti uluslararası ilişkiler, strateji ve güvenlik disiplinleriyle beraber anılmasında etkili olmuştur. Kent ayrıca dışa dönük stratejik istihbaratın devlet adamlarının haber alma olmadan yapacakları stratejilerle başarısız olmamaları için diğer devletler ilgili bilgi sahip olması gerekliliği olduğunu söyler (Kent, 1949, s. 3). Don Mcdowell ise stratejik istihbaratı "aktör, kurum, ulus veya uluslararası düzeylerde politika ve

planların oluşturulması için gerekli olan spesifik analiz şekli" olarak tanımlamıştır (McDowell, 2008, s. 10). Stratejik istihbarat, bireysel hedeflerle değil, çok çeşitli hedef faaliyetlere bakılarak yorumlanabilecek genel eğilimlerle ilgilenir. En iyi şekilde, belirli bir fenomene yönelik uygulamalı araştırma olarak kabul edilir, böylece, zamanı gelince, kazanılan bilgiler devam eden operasyonlara odaklanmaya yardımcı olacak ve politika ve mevzuat incelemesi için temel sağlayacaktır (McDowell, 2008, s. 17).

Stratejik istihbarat bir ülkenin ulusal hedefleri belirlediği ve bu hedeflere ulaşmak için ulusal güç unsurlarını kullandığı seviyedir. Ulusal politika, hükümetin en üst düzeyinde yapılır. Politikaya bağlı olarak strateji oluşturulur. İşte tam bu noktada stratejinin ideal bir şekilde inşa edilmesi ve başarılı bir şekilde uygulanması için gerekli olan şey stratejik istihbarattır. Stratejik İstihbarat, kuvvet taahhütlerini ve stratejik hedefleri etkileyen askeri politikaların, planların ve yönün oluşturulmasına yardımcı olan istihbarat sağlamaya odaklanır. ABD Müşterek Doktrini'nde stratejik istihbarat iki bölümde ele alınmıştır. *Milli stratejik istihbarat* Başkan, Ulusal Güvenlik Konseyi, Kongre, Savunma Bakanı, üst düzey askeri liderler ve diğer yüksek sınıf görevliler için üretilir. Amaç milli strateji ve politika geliştirmek, uluslararası ve küresel durumu izlemek, askeri planlar hazırlamak, ana silah sistemlerini ve kuvvet yapısı gereksinimlerini belirlemek ve stratejik operasyonları yürütmektir. Stratejik istihbarat aynı zamanda muharip komutanların stratejik tahminler, stratejiler ve misyonları gerçekleştirmek için planlar hazırlamak için ihtiyaç duyduğu istihbaratı da üretir. Ayrıca, stratejik istihbarat askeri olmayan ulusal gücün araçlarını (diplomatik veya ekonomik) kullanarak potansiyel seçenekleri belirlemesine de yardımcı olur (Allied Intelligence, 2013, s. I-23). Harekât stratejik istihbaratı, çeşitli askeri operasyonlarda ortak operasyonları destekler, mevcut durumu değerlendirir ve rakiplerin ulusal güvenliği ve müttefik çıkarlarını etkileyebilecek gelecekteki kapasitelerini ve niyetlerini tahmin eder. Harekât stratejik istihbaratı, düşmanın harekât düzeyinde seferleri ve birleşik operasyonlarını ne zaman, nerede ve hangi güçte sahneleyeceğini ve yürüteceğini belirlemeyi içerir (Allied Intelligence, 2013, s. I-24).

Son olarak istihbaratın elde edilmesi için her türlü unsur ve araç devreye sokulabilir. Kişisel veriler, ekonomik, sosyolojik, ulaşım, telekomünikasyon, coğrafya, siyasi ve bilimsel ve teknik istihbarat gibi bütün bileşenler stratejik istihbarat üretimi için kullanabilecek araçlardır. Özetle stratejik istihbarat, milli güvenlik ve bekanın sağlanması ve korunması için ortaya konan politikalar ve stratejiler için ortaya çıkmış çatı bir kavramdır. Operasyonel ve taktik istihbarat

yalnızca hedef odaklı çalışmaları ihtiva ederken, stratejik istihbarat büyük çaplı ve sürekli bir istihbarat ölçeğini ifaden eder.

Her türlü ulusal güvenlik operasyonunun planlanması ve yürütülmesi için gerekli istihbarata operasyonel istihbarat denir (Goldman, 2006, s. 105). Operasyonel istihbarat ölçekteki yerinden de anlaşılacağı üzere, taktik istihbaratlar ve stratejik istihbarat arasındaki bağlantıyı sağlar. Taktik istihbarattan daha geniş bir istihbarati faaliyeti tarif eder, ancak stratejik istihbarat kadar kapsamlı bir olguyu işaret etmez. ABD Müşterek Doktrini'nde operasyonel istihbaratın detayları paylaşılmıştır (Allied Intelligence, 2013, s. I-24-25). Doktrine göre operasyonel istihbarat, komutanın öncelikli istihbarat gereksinimine cevap vermeye, operasyonların etkinliğini değerlendirmeye, düşmanın askeri eğilimi, kapasiteleri ve niyetleri ile operasyonel çevrenin diğer yönleri hakkındaki farkındalığı sürdürmeye odaklanır. Operasyonel istihbarat, komutanların ilgi alanlarındaki olaylardan haberdar olmalarına yardımcı olur ve düşmanın ne zaman, nerede ve hangi güçte harekât ve büyük operasyonlar düzenleyebileceğini belirlemelerine yardımcı olur. Bu sebeple operasyonel istihbarat öncelikle muharip komutanlar ve alt müşterek kuvvet komutanları ve bunların bileşen komutanları tarafından kullanılmak üzere tasarlanır.

Operasyonel istihbarat ayrıca terör olaylarını ve afetleri izlemeyi de içerir. Kontrgerilla ve terörle mücadele operasyonları sırasında, operasyonel istihbarat istikrar operasyonları ile giderek daha fazla ilgilenmekte ve siyasi, askeri, ekonomik, sosyal, bilgi ve altyapı faktörlerine daha fazla odaklanmaktadır. Ayrıca komutanlara, yabancı insani yardım gibi savaş dışı operasyonlarla ilgili eylemleri ve olası sonuçları değerlendirmede yardımcı olur. Özetle, operasyonel istihbarat, askeri nitelikte, belli bir amaca hedeflenmiş ve orta vadeli ürünleri içerir (Koca, 2019, s. 2191). Stratejik istihbaratın sahada uygulanması için oluşturulacak operasyonlarla ilgili istihbarati faaliyetleri içerir. Stratejik ve operasyonel istihbarat arasındaki ayrım önemli olsa da bu ayrımı yapmak her zaman kolay veya gerekli değildir. Çoğu operasyonel istihbarat, bir raddeye kadar stratejik istihbaratın varlığından azade olamaz. Aynı şekilde, stratejik istihbarat, operasyonel istihbarat ile desteklendiğinde daha kıymetli hale gelir. Bu nedenle iki terim birbirini dışlamaz: stratejik istihbarat operasyonel bilgileri içerebilir ve operasyonel istihbarat neredeyse her zaman bir tür stratejik bilgiyi içerir (Herzberger, 2007, s. 40).

Taktik istihbarat, muharebeleri ve özel operasyonları planlamak ve yürütmek için planlayıcı ve uygulayıcı komutanlar tarafından kullanılan istihbarat türüne verilen isimdir (Allied Intelligence,

2013, s. I-25). Taktik istihbarat, istihbarat hedefinin başarılı bir şekilde kovuşturulmasını kolaylaştırmak için çeşitli bilgileri toplamaya ve yönetmeye çalışır. Taktik istihbarat özellikle acil bir durum veya krizle başa çıkmak için belirli karar verme veya problem çözme için kullanılır (Carter, 2004). İsabetli, zamanlaması iyi ve alakalı taktik istihbarat, birimlerin operasyon sahasında hedeflerine karşı zaman, mekân ve bilgi bakımından üstünlük sağlamalarına sebebiyet verir. Hedefin kesin konumu, daha da özel olarak hedefin izlenerek elde edilen kapasite ve durumu, icra edilen görevin muvaffakiyetle sonuçlandırılması için elzemdir. Ayrıca, operasyonun sürdürülmesi için muharip gücün tamamlanan operasyon sonrası taktik istihbarat ile ilgili değerlendirme yapması, bu tür istihbaratın sıhhatli bir şekilde elde edilmeye devam etmesi için hayati önem taşımaktadır.

Özetle, Taktik istihbarat, askeri operasyonlardaki tehdidi ele alır. Operasyonları, fiziksel ortamı tanımlamanın yanı sıra, düşmanın yeteneklerini, niyetlerini ve güvenlik açıklarını belirler ve değerlendirir. Düşmanın ne zaman, nerede ve hangi güçte taktik düzeyde operasyonlar yürüteceğini belirlemeye çalışır. Hedefe odaklı ve zamanla yarışan operasyonlardaki talebi daha yüksek olduğundan, keskin olduğu kadar hızlı bir şekilde elde edilmesi daha faydalıdır. Bu sebeple, nokta operasyonlar, önleyici müdahaleler, düşük çaplı çatışmalarda kullanılmaktadır.

1.7. Örtülü Operasyon

İstihbarat, karşı tarafın niyet ve kapasitelerini öğrenme ve öngörmenin yanı sıra karşı tarafın eylemlerinin yönünü belirlemek amacıyla istihbarat faaliyetleri yürütülmektedir. Psikolojik savaş faaliyetlerinin de bir parçası olan bu ve benzeri istihbarati faaliyetlere örtülü operasyon denilmektedir. CIA eski direktörü Stransfield Tuner örtülü operasyonları karşı devletlerde yaşanan gelişmelerin seyrini rolleri ortaya çıkmadan etkilemek ve yönlendirmek için ortaya konulan faaliyetler olarak ifade etmektedir. Ayrıca örtülü operasyon faaliyetleri arasında arkasında CIA olduğu belli olmayan propaganda faaliyetlerini de içerdiğini vurgulamaktadır (Özdağ, 2018, s. 93). Örtülü operasyon faaliyetleri, yabancı devletleri, olayları, örgüt ve kişileri örtülü operasyon düzenleyen istihbarat teşkilatının ve ülkesinin dış politika hedefleri doğrultusunda etkilemek ve istedikleri yönde ilerlemelerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanabilir (Özdağ, 2018, s. 94). İstihbarat teşkilatlarının örtülü operasyon faaliyetleri

geleneksel olarak istihbaratın bilgi sağlama rolünün dışındadır. Devletler, daha düşük maliyetli olarak örtülü operasyonları bir dış politika seçeneği olarak kullanırlar. Bu açıdan örtülü operasyonlar aracıyla istihbarat teşkilatları dış politika uygulamalarında sıklıkla yer almaktadırlar (Önder ve Kodaman, 2022).

İstihbarat örgütleri hedeflerinin niyet ve kapasitesinin öğrenmenin yanı sıra ekonomik, askeri, kültürel, politik ve psikolojik olayları kaynağı belli olmayacak bir şekilde etkilemeye başlaması propaganda ve psikolojik savaş metot ve tekniğini kullanarak, propagandan ve algı yönetimi faaliyetlerinin yeni bir istihbarat tekniği olarak kullanılmasını sağlamıştır. Propaganda ve psikolojik savaşın bir parçası olduğu bu tarz istihbarati faaliyetlere örtülü operasyon denilmektedir (Acar, 2011, s. 152-153). CIA yetkilisine göre örtülü operasyon, askeri ve siyasi seçeneklerden sonra gelen üçüncü seçenektir. Üçüncü seçeneğin kullanılması istihbaratın, analizin ve teşkilatın kalitesine göre değil güvenlik tehditlerine bağlı olarak uygulanacak teknikler ve kararlıkla ilgilidir (Yılmaz, 2007, s. 105). Örtülü operasyon faaliyetleri, hedef ülkedeki gelişmelerin seyrini değiştirmek için deşifre olmadan gerçekleştirilen faaliyetler şeklinde de tanımlanabilir. Uluslararası ilişkilerde savaş ve diplomasinin yetersiz kaldığı yabancı bir ülkenin siyasi kararlarını etkilemeye ya da uluslararası arenayı etkilemeye yönelik olarak gerçekleştirilen istihbarat literatüründe "covert action" yada "covert operation" şeklinde ifade edilen örtülü operasyon faaliyetleri devreye girmektedir. İngilizler özel politik eylem şekilde isimlendirirken, Rus istihbaratı etkin önlem olarak örtülü faaliyetlerini adlandırmaktadırlar. Birçok istihbarat örgütünün farklı şekillerde ifade ettiği örtülü operasyon faaliyetleri kültürel faaliyetlerden sabotaja varıncaya kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Soğuk savaşın sona ermesinin ardından önemi her geçen gün artan örtülü operasyon faaliyetlerinin siyasal, ekonomik, psikolojik ve askeri başta olmak üzere birçok boyutu söz konusudur (Acar, 2011, s. 151).

Soğuk savaş dönemi ABD ve Sovyetler Birliği tarafından gerçekleştirilen örtülü operasyon faaliyetleri örtülü operasyonun temel örneklerini oluşturmaktadır. Örneğin İran Başbakanı Muhammed Musaddık'ı devirmek için 1953'te ABD tarafından düzenlenen örtülü operasyon[1], başarı elde etmesiyle örtülü operasyon faaliyetlerinin önemini göstermiştir. 1954 yılında Guatemala başkanın devrilmesi, CIA'ın muhalefete verdiği askeri destek sayesinde

[1] Muhammed Musaddık'ın İran'da seçimlerle göreve gelmesiyle birlikte, İran petrolünü milileştirmek istemesi üzerine CIA Ajax operasyonu gerçekleştirilmiştir. Detaylı bilgi için bkz. (Tomak, 2020).

gerçekleştirilmiştir. Ancak 1961 tarihinde Küba lideri Castro'nun devrilmesi için planlanan Domuzlar Körfezi çıkarması başarısız olmuştur. Afganistan'ın Sovyet Birliği tarafından işgali1970'lerden itibaren sürdürülen başarılı örtülü operasyon faaliyetleri sonucunda Afgan ordusuna sızarak hazırlanmıştır (Özdağ, 2018, s. 98-99). Örtülü operasyon faaliyetleri Soğuk Savaş sonrasında daha yoğun bir şekilde devam etmiştir. Irak ve Kosova benzeri çatışma alanlarında ABD başta olmak üzere Batı örtülü operasyon faaliyetleri gerçekleştirmişlerdir (Özdağ, 2018, s. 102). Ancak örtülü operasyonlar yalnızca hükümet darbeleriyle özdeşleştirmemelidir. Yukarıdaki örnekler örtülü operasyon faaliyetlerinin en zirvedeki örnekleridir. Zirvedeki örtülü operasyon faaliyetlerine varıncaya kadar örtülü operasyonların birçok farklı çeşidi bulunmaktadır. Örtülü operasyonların anlaşılması için propagandayı anlamak gerekir çünkü propaganda, örtülü operasyon ve psikolojik savaş iç içe geçmiş kavramlardır (Özdağ, 2018, s. 99).

Örtülü operasyon faaliyetleri, istihbarat fonksiyonlarının en tartışmalı alanlarından biridir. Bu sorumluluk sadece istihbarat örgütlerine verilmemekle birlikte bu görevi gerçekleştirmek istihbarat örgütlerinden beklenmektedir. Amerikan istihbarat literatürüne göre örtülü operasyonlar sadece paramiliter operasyonları değil propaganda ve psikolojik savaş faaliyetleriyle birlikte bilgi toplamak için yapılan faaliyetleri de içermektedir. 1981 tarihinde imzalanan Ulusal Güvenlik Direktifine göre propaganda örtülü operasyon faaliyeti olarak tanımlanmıştır (Yılmaz, 2007, s. 107). İstihbarat örgütleri propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerini kendi görev tanımları içerisinde ifade etmezler bunun temelinde propaganda ve algı yönetiminin örtülü operasyon faaliyetlerinin bir çeşidi olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Stratejik istihbarat faaliyetleri ve uluslararası alandaki ilişkilerde propaganda ve algı yönetimine başvurulması güvenlik politikalarının bir parçası olarak süreklilik gerektiren bir unsurdur. Propaganda yapıcının, uygulanan yöntemlerin ve kullanılan araçların örtülü olma gereksinimi propaganda ve algı yönetiminin istihbaratın ana fonksiyonlarından biri haline getirmiştir. Emekli CIA başkanlarından Harry Rositzke'nin istihbarat faaliyetleri içinde propaganda faaliyetlerini gösterdiği konuşmasında Üçüncü Dünyadaki gizli propaganda operasyonlarının aslında bir basın savaşı olduğunu ve yabancı editör, köşe yazarı, magazin ve gazetelere maddi destek sağlanarak basının desteklendiğini söyleyerek, propagandacıların, ödenekli ajanlardan işbirlikçi kişilere kadar geniş bir yelpazede çalıştığını, dost yayın kuruluşları aracıyla güncel makalelerin yayınlandığını vurgulamıştır (Yılmaz, 2007, s. 98).

Örgütü operasyonların başlangıcının ve bitişinin tespit edilmesi oldukça güçtür. Konveksiyonel savaşın dışındaki faaliyetlerin tümü örtülü operasyon niteliği taşımaktadır. Özdağ, Örtülü operasyon faaliyetleri beşe ayrılmaktadır. Bunlar sırasıyla yardakçıların saptanması, politik operasyonlar, propaganda ve yanlı bilgilendirme, ekonomik savaş ve yarı-askeri operasyonlardır. (Özdağ, 2018, s. 100). Örtülü operasyonlar Acar'a göre alanlarına ve sürelerine göre operasyonlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Alanlarına göre operasyonlar sırasıyla, Kamuoyunu şekillendirmeye yönelik operasyonlar, kişi ve kuruluşlara yönelik operasyonlar, ekonomik operasyonlar, yarı askeri ve politik operasyonlar şeklinde ayrılırken sürelerine göre örtülü operasyonlar kısa ve uzun vadeli operasyonlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Kamuoyunu şekillendirmeye yönelik operasyonlar; siyasal, sosyal ve kültürel operasyonları içermektedir. Kamuoyu tepkisini yönlendirmeye yönelik olarak kalıcı etki yaratmayı amaçlayan operasyonlardır. Kişi ve kuruluşlara yönelik örtülü operasyonlar; hedef ülkede kendi çıkar ve hedeflerin sürdürülmesi için kendilerine taraftar olan kişi ve kuruluşlara yönelik olarak onları yücelten onlara muhalif kişi ve kurumları karayan operasyon türüdür. Ekonomik örtülü operasyonlar; gerekçe olarak mali konuları hedef almakla birlikte hedeflenen sonuç politiktir. Yarı askeri örtülü operasyon ise istihbarat örgütlerinin hedef ülkede gerçekleştirdiği paramiliter nitelik taşıyan operasyonlardır. Doğrudan müdahale yerine bir paramiliter grubunun siyasal, askeri, ekonomik ve lojistik olarak desteklendiği operasyonlar yarı askeri örtülü operasyonlara örnek olarak gösterilebilir. Politik örtülü operasyonlar ise diğer ülkelerin politik lider ve politik çevrelerine politik telkinler yapmak, siyasal örgütlenmelere mali destekte bulunmak, sivil toplum örgütleri ve meslek odalarına mali destekte bulunmak, medya kuruluşları ve gazetecilerin yardımıyla örtülü propaganda yapmak, dost gizli servislere teknik destek ve yardım vermek için ilişki kurmak ve benzeri faaliyetlerdir. Sürelerine göre örtülü operasyonlar arasındaki kısa vadeli operasyonlar birkaç gün sürebileceği gibi birkaç ay da sürebilmektedir. Hedef alınan grup, kişi grup veya ülke ile ilgili olarak olumsuz haberlerin medya kullanılarak yayılması ve hedef kitlenin düşünsel anlamda yönlendirilmesidir. Örneğin bir ülkeye yönelik yaptırım uygulanması isteniyorsa uluslararası kamuoyunun yaptırım kararını desteklemesi için bu ülkenin uluslararası güvenlik ve barışa tehdit oluşturduğu kitle iletişim araçlarıyla birlikte ilan edilir. Hedef olarak belirlenen ülke istihbarat örgütlerinin belirlediği doğrultuda saldırgan, uzlaşmaz ve tehlikeli bir devlet olarak dünya ve bölge kamuoyuna sunulur. Uzun vadeli örtülü operasyonlarda ise kamuoyunun kalıcı bir şekilde etkilenerek değişimi amaçlanmaktadır. Ekonomik, siyasi ve

kültürel eylemler sürekli olarak birbirlerini tamamlayacak şekilde uygulanmaktadır. Hedefteki ülke ile kalıcı ilişkiler kurarak ülke yönetimindeki etkili kişilerle iyi ilişkiler yaratılması amaçlanır. Bu ve benzeri operasyonlar doğrudan istihbarat örgütleri tarafından değil, istihbarat örgütlerinin kontörlündeki sivil toplum kuruluşları benzeri kurumlar tarafından da yapılabilir (Acar, 2011, s. 153-155).

İstihbarat teşkilatlarının kullandıkları örtülü operasyonunun en temel aşamalarından biri propaganda ve psikolojik savaştır. İstihbarat örgütlerinin, hedef olarak belirledikleri devlete yönelik karşı tarafı yönlendirmek amacıyla propaganda ve psikolojik savaş faaliyetlerine başvurmaktadırlar (Yılmaz, 2007, s. 103). Propaganda ve psikolojik savaşın sürdürülmesinde kullanılan tekniklerin büyük bir bölümü basın yayın organları vasıtasıyla hayata geçirilmektedir. Özdağ 202 Psikolojik savaşı devam ettirmek amacıyla öncesinde yapılan istihbarata Psikolojik Savaş İstihbaratı denilmektedir. Psikolojik savaş istihbaratı topyekûn bir istihbarat olup, hedefi karşı tarafın toplumsal dinamiklerini öğrenip, bu dinamiklere nüfuz ederek onun güçlü ve zayıf taraflarını anlamaktır. Hedeflenen kitlenin toplumsal psikoloji ve zekasını çözümleyerek analiz edilmesi gerekmektedir. Kültürel doku analizi yapılarak hedef toplumun tüm katmanları ve kültürel bağlılıkları incelenir (Özdağ, 2018, s. 63). Amerikan İstihbarat Teşkilatının ana çalışmaları arasında propaganda ve politik eylem çalışmaları bulunmaktadır. CIA'nin Planlama Yardımcı Direktörlüğüne bağlı olan Psikolojik ve Ordu-dışı Dolaylı Savaş Dairesince propaganda faaliyetleri onaylanmakta ve Hareket Konsey Kuruluna, Ulusal Güvenlik Konseyi'ne ya da Başkan onayına sunulmaktadır. CIA tarafından özellikle kara ve gri propaganda faaliyetleri yönlendirilmektedir (Yılmaz, 2007, s. 100).

1.8. Algı Yönetimi, Psikolojik Savaş ve Propaganda

Algı yönetimi, karşı devletlerin liderleri ve her düzeydeki istihbarat unsurları da dahil olmak üzere belirlenen hedef grubun duygu, tutum, davranış ve algılarını hedeflenen yönde etkilemek amacıyla yapılan faaliyetler bütünüdür. Algı yönetimi, bilgi ve iletişim ortamının bilişsel boyutunda sürdürülen tüm gayretlerin üst şemsiyesini oluşturmaktadır. Bu gayretler bilgi savaşı, psikolojik savaş, aldatma operasyonu, örtülü operasyon, kamu diplomasisi ve benzeri askeri ve sivil olmak üzere birçok disiplindeki uygulamaları kapsamaktadır (Güler, 2021, s. 452).

Devletler amaçlarına ulaşmak için birçok yöntem kullanırlar. Mücadele ettikleri alana göre bu yöntemler değişir ve çeşitlenir. Savaş stratejilerine karşı yöntemler geliştirildikçe, stratejistler yeni yöntem ve teknikler kullanarak rakiplerine karşı üstünlük kurmaya çalışmaktadırlar. Bu yöntemlerden birisi de psikolojik savaştır. Psikolojik savaş temel anlamıyla devletlerin mücadele içinde oldukları devletin sivil veya askeri unsurlarına yönelik psikolojik, ideolojik, kültürel, duygusal manevi güçlerini yıpratmak bozmak amacıyla yürüttükleri harekât olarak tanımlanabilir. Esasında mücadele edilen orduya, onun halkına veya belli bir gruba veya zümreye manipülatif etki etmek, korkutmak veya duygusal olarak baskı altına almak amacıyla dezenformatif bilgi, dedikodu, vesvese yaymak neredeyse savaşlar tarihi kadar eskidir. Sun Tzu, en pratik savaşın kurşun atmadan düşman ülkesini ele geçirmek olduğunu belirtmiştir (Tzu, 1998, s. 9). *Kitleler Psikolojisi* isimli meşhur kitabının yazarı Gustave Le Bon da kelimeleri etkili ve yerine göre uygun kullanan bir yönlendiricinin kitleleri götürebileceği yerin sınırının olmadığını söyler (Le Bon, 1997, s. 159). Dünya Savaşları ile birlikte daha da sık kullanılan ve geniş çaplı bir şekilde geliştirilen psikolojik savaş, yerinde ve zamanında kullanıldığında can ve mal kaybına neden olan konvansiyonel tehditlerdense, karşılıklı maddi kaynak kaybına sebep olmadan birbirine üstün gelebilme imkânı sağlayan önemli bir yöntem haline gelmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası yüksek yoğunluklu konvansiyonel savaşın ihtimalinin azalması ve nükleer caydırıcılığın bir enstrüman olarak pratik edilmesiyle psikolojik savaş da kabuk değiştirmiştir. Casuslar çağı olarak da adlandırılan soğuk savaş döneminde, istihbarat servisleri, sivil ve askeri karar alıcılar ve paydaşlarıyla psikolojik savaş yöntem ve teknikleri üzerine yoğun bilimsel, akademik çalışmalar yürütmüşlerdir. Bu dönemde neredeyse herkes casusları ve diğer istihbarat unsurlarıyla psikolojik savaş operasyonları ve görevleri icra etmişlerdir. Psikolojik savaş o kadar o kadar sık görülür olmuştur ki, filmlere konu edilmiştir. 1962 Yapımı Mançuryalı Aday isimli film, Kore Savaşı'nda esir alınan ABD Ordusu'nun bir manga askerinin Çin'e götürülerek oradaki psikolojik savaş uzmanları tarafından beyinlerinin yıkanıp uyuyan ajan haline getirilmelerini anlatır (Cohen, 2017). Filmde rakibin nihai hedefi dolaylı olarak Başkan'ın karısının Sovyet ajanı olmasını sağlayarak üstünlüğü ele geçirmektir. Buradan hareketle savaş zamanı psikolojik savaş vermenin çok yoğun kullanıldığı malum iken, barış zamanı da dış politikada bir adım öne geçmenin bir aracı olarak kullanılmaktadır. Boyutu ve önemi ne olursa olsun herhangi bir dış politika meselesinde psikolojik savaş yöntemiyle halkı veya karar alıcıları aracılığıyla geri adım attırmak, uluslararası siyasette muazzam bir başarıdır.

Psikolojik savaş veya uzun vadeli psikolojik savaş ve geniş anlamda psikolojik harekât kullanılan yöntemlerden biri de propagandadır. Propaganda "bir topluluğun düşüncelerini, duygularını, davranışlarını, tavır ve hareketlerini etki altında tutmak ve onları değiştirmek amacıyla yayınlanan bilgi, belge, doktrin ve görüşlerdir" (Tarhan, 2003, s. 36). Tanımından da görülebileceği gibi psikolojik savaş ve propaganda faaliyetleri neredeyse aynı amaca hizmet eden yöntemlerdir. Genelde propaganda faaliyetleri psikolojik savaş amacıyla icra edilir. Ancak bazen aynı seviyede beraber icra edilen ve nihai bir psikolojik harekât bütününü oluşturan uygulamalar olarak da görülmektedir.

Propagandanın amacı, ilgili stratejinin iletişim araçları vasıtasıyla hedefe yönlendirilmesi ve fayda sağlanmasıdır. Bu noktada bu tezdeki kesişim ortaya çıkmaktadır. Zira istihbaratın devletlerin fayda sağlamak amacıyla elde ettikleri bilgi ve bu bilginin kullanılması olduğunu daha önce belirtmiştik. Bu noktada devletlerin birbiriyle mücadelesinin istihbarat ayağında psikolojik savaş ve propaganda faaliyetleri çok sık yürütülmektedir. Genellikle süreçler çok gizli ve karmaşık ilerlese de istihbarat çarkında son basamağa gelindikten sonra, bu istihbarati bilginin fayda sağlamak amacıyla karar alıcılar tarafından kullanması gerekliliği ortaya çıktığında, bunun hangi yöntemlerle kullanılacağı sorusu ortaya çıkar. Modern zamanlara yaklaştıkça bu yöntemlerden psikolojik savaş ve propaganda yöntemlerinin de çok sık kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca güvenlik ve istihbarat birimleri tarafından 'şüpheli' olarak görülen karşı propaganda ve psikolojik savaş faaliyetleri de inceleme altında olmakta ve mümkün olduğunca etki etmeden engellemeye çalışılmaktadır.

Psikolojik harekât ve propagandanın amaçlarından biri de – belki de en önemlisi- insanların algılarına etki edebilmek ve mümkünse kontrol altına alabilmektedir. Psikolojik ve psikiyatrik çalışmalarda insan beyni ve duygularının kişinin kontrolü dışına çıkması, insan algısının başkası tarafından etkilenmesinin ortaya çıkarabileceği sonuçlar üzerinde devasa bir araştırma literatürü vardır. Zira insanların davranışlarının etkileyebilen unsurların başında algıları gelmektedir. Bu noktada algılama yönetimi, istihbarat, psikolojik savaş ve propaganda açısında kıymetli bir kavram haline gelmiştir.

1.9. Algılama Yönetiminin İstihbarattaki İşlevi ve Önemi

İstihbarat, savaşın ve siyasi karmaşıklaşmasıyla paralel olarak genişlemiş ve derinleşmiştir. Operasyonel, stratejik ve taktik istihbarat ölçek bakımında sıkça seviye değişimler meydana gelmeye başlamıştır. İstihbaratın alanları dış uzaydan sibernetiğe kadar geniş bir çerçeveye yayılmayı sürdürmektedir. İstihbarat faaliyet alanları teknik ve bilimsel gelişmelerin ışığında kabuk değiştirmiş, tüm bu sayılan istihbarat kavramının muhteviyatı bilimsel gelişmenin ışığında çeşitlenmiştir. Buradan hareketle istihbaratta algı yönetmek de bir yöntem veya araç kullanılmaya başlanmıştır. ABD Ordusu menşeili kavrama göre algı yönetimi çeşitli şekillerde gerçeği yansıtma, operasyon güvenliği, gizleme ve aldatma ve psikolojik operasyonları birleştirir (Brown, 2002). Bu bağlamda istihbarat ve algılama yönetiminin ilişkisiyle ilgili ilk söylenebilecek şey toplumları ve kitlelerin algılarını yönetecek, onları yönlendirebilecek ve hedeflenen şeyi düşündürebilecek veya ona inandırabilecek bilginin ne olacağı ve zihinlere nasıl ekilebileceğine dair kararın alınmasında fayda sağlayacak bilgi ve analizin sağlanmasıdır.

İkinci olarak, istihbarat unsurları algı yönetiminin yapıldığı alanı sürekli takip altında tutarak hem kendilerine uygun alanı sağlarlar hem de karşı istihbarat üretmek için kendi alanlarının güvenliğini sağlamaya çalışırlar. Bu noktada algı yönetiminin geleneksel ve yeni medya aracılığıyla icra edilmesinin birinci sırada olmaya başladığı zamandan beri, halkın kin ve düşmanlığa sevk edecek, halkı galeyana getirecek veya ilgili hükümet ile halkı karşı karşıya getirebilecek dezenformatif veya kışkırtıcı bilgi ile mücadele önemli bir istihbarat alan olarak ortaya çıkmıştır. ABD başta olmak üzere, kamu diplomasisi, medya ve kültür endüstrisinde büyük nüfuza sahip güçler, sistemli ve tasarlanmış bir şekilde bu araçları kullanarak dış politika stratejilerini algılara yerleştirmiş ve karşı propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerine karşı kontrol altında tutmuşlardır (Kellner, 2004). Bu durum, algı yönetiminin aldatma ve karşı aldatma kavramları altında incelenir. Esasen istihbarat ve algı yönetimi devasa bir aldatma düzeninin çerçeveler. Fakat stratejiler ve uygulamalar yalnızca aldatma ile kısıtlı kalmazlar. Tam tersine çok geniş perspektiften stratejiler ve bazen beklenmedik anlar dahil olmak üzere aldatmanın ötesindeki uygulamaların ortaya çıktığı vakidir.

Üçüncü olarak, istihbarat bir mekanizma olduğu kadar organizma benzeri dinamik bir yapıya sahiptir. Aynı şekilde algılarımız da geniş anlamda zamanın ve mekânın ruhuna göre değişir ve

dönüşür. Geleneksel medya çağında moda, trend ve popülarite on yıllık periyotlar halinde sınıflandırılmaktaydı. Toplumun tüketilmesi için ortaya çıkarılan ürünler, ideolojik ve felsefi akımlar, edebiyat ve eğlence gibi alanlar aynı zamanda insanların algılarını şekillendiren unsurlar olmuşlardır. Bu sebeple maddi veya kültür bazlı tüketim ürünleri sıkı sıkıya devlet kontrolünde olmuştur. Hatta Hollywood başta olmak üzere birçok devasa medya endüstrisinde devleti, tarafı olduğu kampı eleştiren, halkın algısına kurumlara ve geçmişe kasti pejoratif bilgi eken tüketim ürünleri ve bunların yaratıcıları sektör uzak tutulmuş, bunların tespit edilmesi için istihbarat servisleri tarafından sürekli ve yoğun bir şekilde insan istihbaratı faaliyeti yürütülmüştür. Bunun en önemli örneği Elia Kazan Olayı'dır. Ünlü Yönetmen, kendisi neredeyse tüm Hollywood'un Sovyetler ve Komünizm sempatizanı olduğunu, bunları filmlerinde ve senaryolarında alt metinlerde işlediklerini ve ABD'ye karşı Komünizm faaliyeti yürüttüklerini iddia eden resmi ifadeler vermiştir (Thomson, 2011). Bu olay büyük bir karmaşaya sebep olmuş, nihayetinde birçok kişi gözetim altına alınmış, birçok göz altı ve tutuklamalar meydana gelmiştir. Dalton Trumbo gibi açık Sovyet destekçileri piyasadan uzaklaştırılmış, ancak Elia Kazan da muhbir gözüyle bakılarak uzun süre aforoz edilmiştir. Günümüzde ise toplumdan bireye hızlı bir geçişin olduğu açıktır. Hatta bireyler klasik anlamda millet, din ve ırk temelli sosyal topluluklardan ziyade, *homoeconomicus, prekarya* veya *geek* gibi çok farklı davranışlar ve tecrübeler üzerinden sınıflandırılmaktadırlar. Buradan hareketle, algının yönetimi de çatallanmaya ihtiyaç duymaya başlamıştır. Örneğin, sinema izleyicisi yerine sosyal aktarım servisleri üzerinden kimliklendirme ve sınıflandırma yapılarak bu noktaya yönelik algı yönetimi faaliyeti yürütülmektedir.

İstihbarat servislerinin algı yönetimi, propaganda ve psikolojik savaş faaliyetlerini saptamak için propaganda faaliyetlerinin analiz edilmesi gerekir. Propaganda faaliyetleri analiz edilirken, ilk olarak propagandanın kaynağının tespit edilmesi gerekir. Propagandaya hedef olan grubun örgütsel yapısı, tarihi, misyonu propaganda düzenleyiciler tarafından dikkatlice incelenmiştir. Ardından propaganda içeriği, vermek istediği mesajın yanlış ve eksik kısımlarının tespit edilerek analiz edilmesi gerekir. Bir sonraki aşamada propagandanın hedef kütle üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Propaganda faaliyetlerine katkı sağlayanların tespit edilmesinde karşı propaganda faaliyetlerinin sonuçlarının değerlendirilmesi, araçların analizi ve espiyonaj-kontrespiyonaj faaliyetlerinin tespiti önem taşımaktadır. Karşı propaganda düşman propaganda faaliyetlerinin etkisini kırmak için kullanılmaktadır. Propagandacının tespit edilmesinde önem arz etmektedir. Aynı zamanda propaganda faaliyetlerinde kullanılan araçların analizi propagandacının

tespit edilmesinde önemlidir. Kullanılan basın yayın, anket, hedef kitle ile iletişimde kullanılan her türlü aracın tespiti propaganda analizinin en temel öğesidir. Espiyonaj-kontrespiyonaj faaliyetleri diğer bir ifade ile casusluk-İstihbarata karşı koyma ve karşı istihbarat faaliyetleri gibi gizli faaliyetlerin tespiti propagandacını tespitinin analizinde kullanılmaktadır (Acar, 2011, s. 149-150).

Sonuç olarak, algı yönetimi eskisinden çok daha etkin, çok daha güçlü, çok daha yoğun kullanıma haiz bir yöntem olarak istihbarat servisleri tarafından icra edilen bir araçtır. Psikolojik savaş ve propaganda devletlerin güç mücadelesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sürece algı yönetimi de bunların en kıymetli araçlarından biri olarak var olmaya ve kullanılmaya devam edecektir. Bu tarz spesifik ve yüksek kabiliyet gerektiren araçların ve yöntemlerin kullanımı da devletlerin en özel birimleri tarafından yani istihbarat birimleri tarafından icra edilmesi beklenecektir. Bir sonraki bölümde bu kavramların detaylı bir kavramsal incelemeleri yapılarak vaka ile arasındaki ilişkiye vurgu yapılacaktır. Psikolojik savaş, propaganda ve algı yönetiminin muhteviyatı incelenecek ve ilgili vaka ile arasındaki paralelliklerin altı çizilecektir.

1.9.1. Algı Yönetiminin Amacı ve Algı Yönetimi Süreci

Algı yönetimi, küresel iletişim ve ulaşımın arttığı, insanların dikey ve yatay olarak birbirleriyle giderek artan yoğunlukta etkileşime girdikleri bir çağda güç odaklarının amaçlarına ulaşmaları için kullandıkları önemli bir araç haline gelmiştir. Algı yönetiminin bu kadar önemli hale gelmesinin altında şüphesiz de çağın bilgi ve teknoloji çağı olarak adlandırılması yatmaktadır. Eski teamüllerin ve sınırlılıkları birer birer ortadan kalkması, eski şartlar altında herhangi bir etkisinin olma ihtimalinin dikkate alınmayacağı kişi veya grupların bir anda tek bir mesaj veya medya ürünü aracılığıyla yerel veya küresel gündemi değiştirebilmek şansının olması ve insanların çok yoğun ve çeşitli bilgi ile karşı karşıya gelmesi birleşince algı yönetimi çok elverişli bir enstrüman olarak kullanılmaya devam etmektedir.

Önceki bölümde algı yönetiminin istihbarat açısından kullanılma amacına değinilerek açıklanmaya çalışılmıştır. Bu tanımlama esasen resmi kanallar aracılığıyla yapılan ilk tanımlama olup, kavramsallaştırmayı yapan ABD Ordusu ve ABD Savunma Bakanlığı'dır. Buradan hareketle algı yönetimi seçilen bilgileri iletmek ve/veya reddetmek için gerek eylemleri; karar alıcıların

tahminlerini etkilemek için her seviyedeki istihbarat sistemlerine ve liderlere olduğu kadar duygularını, güdülerini ve nesnel akıl yürütmelerini etkilemek için yabancı topluluklara ve bireylere yönelik işaretleri ve nihayetinde algı yönetiminin yaratıcısı ve operatörünün hedeften müspet sonuçlar alması beklentisini içerir (Brown, 2002). Ali Saydam'a göre ise "kitlelerin hislerini, güdülenmelerini, düşünce sistemlerini etki altına almaya çalışmak için yürütülen eylemlerin tamamına algı yönetimi denilmektedir" (Saydam, 2015, s. 79). Bir diğer tanımda ise algı yönetimi, daha geniş içerik, daha yüksek fayda ve dış dünyadan daha az belirsizlik sağlayan veri toplamanın kontrol edilmesini ve iyileştirilmesini temsil eden bir kavram olarak çerçevelenmiştir (Johansson ve Xiong, 2003, s. 231-234).

Algı yönetiminin bu hassas kavramsallaştırılması sebebiyle algı yönetiminin amacı, süreci, araçları diğer kavramlarla ilişkisini incelemek büyük önem arz etmektedir. Her ne kadar kavram sosyo-psikolojik ve iletişimsel gibi alanlar tarafından yoğun olarak zikredilse de devletlerin iç ve dış siyasetinde sıkça bir enstrüman olarak kullanılması hasebiyle bu hassasiyet git gide artmaktadır.

Algı Yönetimi ile ilgili çalışmalarda göze çarpan temel şey, bir hedefe yönelik yapılacak algı yönetimin ne amaçlar ve ne şekilde gerçekleşeceği üzerinedir. Esasen algı yönetiminin tüm çehresini de bu iki muhteviyat belirler. Öncelikle algı yönetimin birkaç önemli merkezi ve tali amacı vardır. İlk merkezi amacı, hedefin karar vermesini etkilemektir (Scaparrotti, 2012). Algı yönetimi ile ilgili hazırlıklar, istihbarat faaliyetleri, planlamalar, uygulamalar ve beklenen sonuçların hepsi hedef kişi veya grubun rasyonel karar verme yeteneğine tesir ederek arzu edilen doğrultuda sürdürmektedir. Bu amaca yönelik yapılan uygulamalar tamamen hedefin kendi rızası ile etkilenmesinden geçtiği için, ideal strateji oluşturulsa dahi beklenen sonuçları vermeyebilir.

İkincisi algı yönetimi meşruiyet elde etmek, var olan meşruiyetini güçlendirmek ve korumak için kullanışlı bir araçtır. Organizasyonlar genellikle faydalarına veya normlara yönelik meşruiyet yapılandırmak için algı yönetimine başvururlar (Suchman, 1995). Meşru organizasyonlar ve liderleri, gayri meşru kuruluşlardan daha kıymetli, daha öngörülebilir ve daha güvenilir olarak görülürler. Meşru olarak algılanan organizasyonların, bileşenlerinden sorgusuz sualsiz destek ve kaynak alma ihtimali önemli ölçüde artar. Üçüncüsü ise algı yönetiminin basit veya komplike aldatma çerçevesinde değerlendirilmesinin eksikliğine vurgu yapan bir "karşı algı yönetimi" kavramıdır. Burada algı yönetiminin amacı psikolojik savaş, propaganda, aldatma veya dezenformasyon yoluyla hedefin algısına yanlış bilginin ekilerek devletin veya organizasyonun

hali hazırdaki yönetimi ile ilgili ortaya çıkabilecek sorunların önlenmesidir. Bu noktada devreye giren unsur, sözgelimi dezenformasyon yoluyla yönlendirilen algının kanıtlı ve güvenilir bilgi içeren mesaj yoluyla alıcının ortaya çıkan duygusunun – bu nefret, hiddet veya hayal kırıklığı olabilir – tekrar eski haline getirilmesi veya hasarın onarılmasıdır.

Algı yönetiminin amaçlarına bakıldığında ortaya işleyen bir mekanizmanın çıkması gerektiği açıkça görülmektedir. Bu noktada algı yönetimi süreci nasıl işler? Sorusu ortaya çıkar. Bu konuda literatürün önemli isimlerinden Ronald J. Stupak (2000) tarafından algı yönetiminin sağlanması için dokuz adımdan oluşan bir süreci tarif etmiştir. Buna göre ilk sırada hedefe ulaşmak için tüm aktör ve paydaşların tespit edilmesi gerektiğini söyler. Sonrasında algı yönetiminin konusu gelir. Hangi konuda hedefe yaklaşılacağının netleşmesi süreçte önemli bir aşamadır. Takip eden adımda, paydaşların ve konunun çerçevesinde hedefe karşı gönderilecek "ideal" mesajın belirlenmesi gelir. Mesajın içeriği belki de algı yönetimi sürecinin başarısını belirlemede en çok ağırlığa sahip unsurdur. Ancak mesajın içeriği kadar bu mesaja uygun iletişim ve ulaştırma tekniğinin kullanılması da büyük önem arz etmektedir. Gönderilen mesajı hedefin nasıl algılayacağı dikkatle takip etmek gerekir. Zira gerektiğinde süreç yön değiştirilebilir veya geri çekilebilir. Ayrıca bir başka adım olarak mevcut gündem, sosyolojik iklim ve iletişim akımlarının algı yönetiminin nasıl yönlendirmede belirleyici bir unsur olacağını göz önünde bulundurmak gerekir. Algı yönetimi tek taraflı bir süreç değil, etkileşimle başarıya ulaşacak bir süreçtir. Bu sebeple hedefle sürekli temas halinde olup tepkilerini takip etmek gerekir. Uygulayıcı ekip tarafından yönlendirilen geri bildirimlerin bir sonraki süreçte değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Son olarak Stupak'a göre algılar ve söylem tarzı, hedefin zihni ve duygularındaki derin boşlukları doldurmayacağı, sadece aktif algısını yönlendireceği unutulmamalıdır.

Huhtinen ve Rantapelkonen (2002) ise algı yönetiminin detayları üzerine yoğunlaştıkları makalelerinde kavramla ilgili birçok boşluğu doldurarak temel soruya cevap vermeye çalışmışlardır. Öncelikle algılar ve imgeler gibi görünmez silahların, konvansiyonel silah gücü gibi analiz edildiği için, algıların üretildiği veya kendiliğinden oluştuğu tespit edilmesi gerekir (Huhtinen ve Rantapelkonen, 2002, s. 244). Bir sonraki mesele algıyı yönetecek mesajın nereye ulaşacağı ile ilgilidir. Zihnimizin ufukları, bilgi ve deneyimlerimizin her zaman anlam kazandığı bir alandır. Bu yüzden gönderilen mesaj algıda bir etki yaratacaksa, algının arka planında olarak tezat yaratmalıdır. Ortaya çıkan bu tezat hedefin algısının yönlendirilmesine yardımcı olur. Algı yönetimi hiçbir zaman kesin olamaz. Görünen ve görünmeyeni kontrol etmek sorunludur ve

görünmeyen hiçbir şekilde kıymeti kendinden menkul ve berrak değildir. Algı üzerine operasyon planlamak zordur. Çünkü hassas algıyı kontrol etme girişimi ters etki yapabilir. Ayrıca enformasyon operasyonları ve psikolojik savaşın etkisini değerlendirmek zordur ve nihayetinde bilimsel olarak imkansızdır. Zira elde edilen çıktılar ve sonuçların ne anlama geldiği ancak bağlam içinde değerlendirilebilir. Bağlam ve ortam ise sürekli değişir. Yani benzersiz bir durumu tekrar edemeyiz ve bu nedenle algıya etki etmenin sonuçları hakkında mutlak kesinlik elde etmek imkansızdır (Huhtinen ve Rantapelkonen, 2002, s. 252).

Algı yönetimi süreciyle ilgili Ali Saydam'ın Türkçe literatürde kayda değer bir çalışması mevcuttur. Saydam çalışmasında okuyucuya hitap ederek başarılı bir algı yönetimi için 11 kuraldan bahseder. Bu kurallar; I) Hedef kitlenin değerlerine uymalısın; II) Hedef kitlenin kültürüne özen göstermelisin; III) Beklentilerin üzerinde yaklaşım sergilemelisin; IV) Kafaları karıştırmamalısın; V) Sonuca odaklanmalısın; VI) Ölçmüyorsan yapmamalısın; VII) Kendi krizine neden olmamalısın; VIII) Tekrar etmelisin; IX) Farklılaşmaları yönetebilmelisin; X) Görselliği doğru yönetmelisin; XI) Son olarak düşüncelerden çok duygulara hitap etmelisin şeklindedir (Saydam, 2015, s. 277-449).

Bunların dışında algı yönetimi ile ilgili biraz daha basitleştirilmiş aşamalardan oluşan yaklaşımlar da mevcuttur. Örneğin Uylas ve Argon'a göre algı yönetimi üç aşamalı bir süreçtir. İlk aşamada var olan algı belirlenir. Böylece planlama yapılır. İkinci aşamada hedefe uygulama yapılarak izlenim ve etki oluşturulur. Son aşamada izlenim ve etki ile oluşturulan yeni algı amaca yönelik olarak yönlendirilir (Uylas ve Argon, 2020, s.3305). Bu bağlamda algı yönetimi ile ilgili diğer bir mesele algı yönteminin yöntemleridir. Bir sonraki bölümde bu yöntemlere ilişkin detaylı açıklamalar ve tanımlamalar yapılacaktır.

1.10. Algı Yönetimi Yöntemleri: Retorik ve Propaganda

Propaganda, bir tür iletişimdir. Tıpkı diğer iletişim türlerinde olduğu gibi bir mesajın iletilmesi temelinde gerçekleşir. Ancak yapı olarak propaganda diğer iletişim türlerinden tamamen ayrılır. Ayrıca propaganda, tarih boyunca gelişim göstermiş ve özellikle kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, daha geniş imkanlara ve uygulama sahasına kavuşmuştur.

Reklam sektörü propagandanın ana gelişim akslarından biri olsa da propagandanın tarihi gelişimi daha çok devlet aktörlerini içerir. Yani propaganda ana olarak siyasal iletişimin araçlarından biri

olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem iç siyasette hem uluslararası ilişkilerde propaganda, tarih boyuna giderek artan bir şekilde etkin olarak kullanılmıştır. Demokrasinin giderek yaygınlaşması, ülkelerin kaderini belirlemede bireylerin ve grupların ağırlığının artması propagandayı siyasal iletişimin olmazsa olmazı haline getirmiştir. Birey hem iç politikada yapacağı tercihler hem de dış politikada hissedecekleri sebebiyle bir propaganda hedefi haline gelmiştir.

Propagandayı diğer siyasal iletişim tekniklerine göre benzersiz kılan bir diğer unsur ise tamamen tek taraflı olmasıdır. Propagandada bir öğreti veya bir retorik yahut bir doktrin, hedef kitleye veya gruba sistematik bir şekilde verilir. Daha önce zikredildiği gibi burada alıcı tamamen edilgendir. Sürecin gidişatı hakkında net bir iradesi yoktur. Bu belirsizlik propagandanın da en büyük zayıf noktasını oluşturur. Propaganda böylece herhangi bir noktada başarılı veya başarısız addedilebilir veya beklenenden bambaşka duyguları alıcıda harekete geçirebilir.

Propagandanın nihai hedefiyse, alıcının tamamen kendi iradesi sonucunda bir hissiyata erişmesi ve harekete geçmesidir. Böylelikle propagandayı uygulayan tarafın emelleri, alıcı tarafından gerçekleştirilmiş olur. Bu yönüyle propaganda uzun vadede maliyet etkin bir yöntemdir. Örneğin B ülkesinde beyaz propaganda çalışması yürüten A ülkesi, uzun vadede yürüteceği sistemli çalışmalarla çok daha düşük bir eforla daha kalıcı ve daha verimli bir olumlu imaj yaratma şansına sahip olacaktır.

Propagandanın en temel unsuru retoriktir, hatta her propaganda retorikle başlar demek yanlış olmayacaktır. Retorik, Oxford sözlüğüne göre "çekici olmak ya da etkileyici olmak için tasarlanan dil" olarak tanımlanmıştır (Oxford Learners Dictionary, b.t.). Dolayısıyla retoriğin esası tasarlanmış bir ifade bütünlüğüdür. Bir retorik veya daha temelde bir tez cümlesi belirlendikten sonra propaganda artık eldeki yöntemlerden biri haline gelir. Örneğin, "A ülkesi huzur ve barışın teminatıdır" önermesi etrafında kurulacak bir retorik propagandanın özünü oluşturacaktır. Dolayısıyla retorik propagandanın en temel unsurudur.

Antik Yunan'dan günümüze kalan retorik ifadesi aslında o dönem için temel propaganda faaliyetlerinden birini tarif ediyordu (Çaylak, 2017, s. 84). Hitabetin, söz sanatlarının ve propagandanın bir birleşimiydi. Antik Yunan'daki şehir demokrasilerinde taraflar retorik aracılığıyla birbirlerini ikna etmeye çalışıyorlardı. Bu söz sanatının en meşhur uygulayıcılarıysa düşünürler olmuştu (Çankaya, 2015, s. 18).

Bir sonraki bölümde inceleneceği üzere, algı yönetimi ve propaganda süreçleri de savaşların ve özellikle de psikolojik savaşların sınırları dahilinde zikredilebilir. Bu yüzden Clausewitz'in söz konusu prensibi de propaganda ve algı yönetimi konusunda yol gösterici olabilir. Retorik konusu bunun en önemli örneklerinden biridir.

Harp prensiplerini belirleyen Carl von Clausewitz için en kritik kavramlardan biri, sıklet merkeziydi (Clausewitz, 2007, s. 162). Sıklet merkezini savaş anlayışının tam altına koyan Clausewitz, iki tarafın ordularının doğru bir şekilde analiz edilmeden savaşın sağlıklı bir şekilde icra edilemeyeceğini söylemiştir. Sıklet merkezi prensibinde Clausewtiz'e göre esas olan, en güçlü darbeyi, düşmanın en zayıf noktasına indirmektir Clausewitz, 2007, s. 596). Bunu icra eden de yine ordu içerisindeki en güçlü, en iyi tahkim edilmiş kısım olmalıdır.

Dolayısıyla A ülkesi, B ülkesinde yürüteceği uzun vadeli algı yönetimi çalışmalarında kullanılmak üzere propaganda unsurlarını belirlerken, retoriğini tamamen A ve B ülkelerinin analizi üzerine kurmalıdır. A ülkesinin en kolay görünür veya ispata dökülebilir özelliklerinden biri huzur ve barışın teminatı olabilecek caydırıcılığa sahip olmak değilse propaganda ve algı yönetimi çalışmaları başlamadan bitecektir. Aynı şekilde B ülkesinin böyle özelliğe sahip bir ülkeyle dostluk sürdürmesi kendi çıkarına olmayacaksa yine bu retorik başarısız olacaktır. Yahut insan hakları karnesi kötü olan veya kötü olduğu artık hafızalara kazınmış bir ülkenin, hedef ülkede bunun karşı propagandasını yürütmesi, Clausewitz'in sıklet merkezi prensibiyle bağdaşmayacaktır (Clausewitz, 2007, s. 597).

Cambridge İngilizce Sözlüğü'nde propaganda kelimesi "*İnsanların fikirlerini etkilemek amacıyla yayınlanan, yayınlanan veya başka bir şekilde yayılan, genellikle bir argümanın yalnızca bir bölümünü veren bilgi, fikir, görüş veya görüntüler"* olarak tanımlanmıştır (Cambridge Dictionary, b.t.). Kavram ilk olarak 15. Papa Gregory tarafından dini inancın yayılması anlamında kullanılsa da kilisenin yerini devletin almasıyla propaganda da devletin kendi söylemini yaymasına evrilmiştir. Elbette içerik olarak bakıldığında tarihsel geçmişi Sun Tzu veya Tukidides'e kadar gidebilir ancak kavramsal ilk pratiği bu tarihe dayanır. Modern çağlarda ise ilk politik propaganda Fransız İhtilali ile başlatılır. Fransız ihtilali sırasındaki gösteriler, nutuklar, mahkemeler, gruplaşmalar ve bunları faaliyetleri dahil olmak üzere ihtilal devasa bir propaganda savaşı olarak görülmüştür (Domenach, 2003, s. 26). İhtilal sonrası ulus devletlerin imparatorlukları

aşındırmaları ve dönüştürmelerinde propagandanın etkisi yadsınamaz. Daha da ötesinde eğer propaganda bir araç olarak yükselmeseydi, belki de imparatorluk çatısı altında yaşayan halkları "millet" sancağı altında toplamak o dönemin iletişim ve ulaşım seviyesinde başarılamayacaktı. İşte bu etki, sonrasında propagandanın sürekli bir enstrüman olarak ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ulus devletler, devlet mekanizmalarını korumak, güvenliğini sağlamak ve imparatorluklar tarafından yeniden işgal edilmemek için örgütlü, kapsamlı ve sürekli olarak propaganda organizasyonunu bir devlet politikası haline getirmişlerdir (Qualter, 1980, s. 256).

İki savaş arası dönemde akademik anlamda propaganda ile ilgili yayınların artması, bir anlamda propagandanın teorisyenleri ve uygulayıcılarının da birbirine temas eden bir sosyetede bulunması sebebiyle kabuk değiştirmiştir. Harold Lasswell'in propagandanın yıkıcı anlamını değiştirerek kavram üzerinde yeni bir tartışma açacak çalışmaları (Lasswell, 1971) ve bu yeni çalışmalarının hedef kitle üzerindeki potansiyel etkilerinin cazibesi, uluslararası siyasetteki büyük güçlerin dikkatini celbetmiştir. 1929 Buhran'ı takip eden süreçte açık ekonomilerin krizle boğuşması ile korumacı ekonomilere yöneliş başlamış, halklar kendilerini fakirlik ve sefaletten kurtarmaları için milliyetçi/korumacı doktrine sahip siyasi partilere yönelmiştir. Almanya'da NADSP ve İtalya'da PNF başta olmak üzere bu siyasi hareketler, talep edilen bu isteği kendi siyasi ajandalarıyla birleştirip, seçmenlerine aktarabilmek için seçim kampanyalarını propaganda faaliyetlerine dönüştürmüşlerdir. Bu noktada Nazi Hükümeti Propaganda Bakanı Joseph Goebbels, tarihe geçen bir propaganda uygulayıcısı olmuş, Nazilerin iktidara gelmesinden intihar ettiği güne kadar Alman halkını propaganda faaliyetleriyle yönlendirmiştir.

Soğuk Savaş döneminde propaganda yerleşik bir siyasi enstrüman olarak görülmüştür. Devletler iç ve dış siyasi stratejilerini uygulamak için resmi kanallar aracılığıyla açık ve gizli bir şekilde sürekli ve karmaşık propaganda faaliyetleri yürütmüştür. Soğuk Savaş dönemi boyunca yaşanmış her kilometre taşı olayda, Berlin Duvarı'nın yapılışı ve yıkılışı, Küba Füze Krizi, Detant Süreci, SSCB'nin Dağılması vd., kaçınılmaz bir şekilde propaganda faaliyeti izine rastlanmıştır (Schwartz, 2009). Son olarak Soğuk Savaş sonrası dönemden günümüze, propagandanın tarihçesinde yine bir kırılma yaşanmıştır. Bu kırılma öncelikle "Tarihin Sonu" tezinden ilham alan liberal düzenin taşıyıcısı ABD ve onun müttefiklerinin propaganda yoluyla toplumları küresel çapta sosyal ve kültürel olarak muzaffer Batı'ya entegre etme çabası olarak ortaya çıkmıştır. Sonrasında ise tarihin sonu medeniyetler çatışmasına evrilmesi, 11 Eylül ve Arap Baharı gibi

büyük çaplı olaylarında çerçevesinde yaşanan dönüşüm, güvenlik- kalkınma ekseninde bir dünya siyasetinin çerçevesini çizmiştir. İletişim ve ulaşımda yaşanan gelişmelerin de katalizör etkisiyle birlikte artık propaganda karşılıklı güç mücadelesinin yaşandığı büyük satranç tahtasında birer hamle olarak kendine yer bulmuştur. Derinleşen ve genişleyen güç mücadelesi, bilgi çağında halkların duygularını ve düşüncelerini an be an aşındıran ve yönlendiren bir enstrüman haline getirmiştir.

Günümüzde propaganda doğrudan devletle ilişkilendirilmesine rağmen esasen siyasi erkin kullandığı propaganda yöntemi politik propaganda olarak tanımlanır. Bu bağlamda Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell'in temel tanımıyla başlanırsa "Propaganda, en tarafsız anlamda, belirli fikirleri yaymak veya teşvik etmek anlamına gelir" (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 2). Tarihsel olarak propaganda, egemen toplumsal güç tarafından her zaman bir kontrol ve uyum aracı olarak kullanılmıştır. Bu sebeple tanımlamaları bu çerçevede gelişmiştir. Örneğin, Jacques Ellul'e göre propaganda "Propaganda, güvensizliklerimizi ve endişelerimizi yatıştıran bir bilgi biçimidir" (Ellul ve diğerleri, 1973). Böylece tüm vatandaşları söz konusu sisteme uymaya ve desteklemeye teşvik etmek için kullanılır. Kendisine pek çok atıf yapılan "Bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin ve grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyettir" (Qualter, 1980, s. 260).

Astronotluk mesleğinden emekli olduktan sonra yönetim alanında profesyonel olan Walter Cunnigham (2002) propagandaya farklı bir bakış açısı getirmiştir. Ona göre "Propaganda gerçeğe ve doğruluğa, bilgi ve anlayışa kayıtsızdır; amaçlarına ulaşmak için her türlü aracı kullanan bir stratejik iletişim biçimidir." Cunningham bu tanımıyla propagandaya propagandacının tarafından bakarak bir yorum getirmiştir. Bu da kavramsallaştırmaya bir katkı olarak yansımıştır. Bu tanımlamaların dışında modern anlama yakın bir tanımlama da Richard Alan Nelson tarafından getirilmiştir. "Propaganda, belirli hedef kitlelerin duygularını, tutumlarını, düşüncelerini ve eylemlerini ideolojik, politik veya ticari amaçlarla, gerçek olan veya olmayabilen tek taraflı mesajların kitle ve doğrudan medya kanalları aracılığıyla ve kontrollü iletimi yoluyla etkilemeye çalışan amaçlı bir ikna biçimidir" (Nelson, 1996). Jowett ve O'Donnell da ileri kavramsallaştırmalardan geri durmamışlardır. Önceki basit tanımlarını genişleterek propagandayı,

propagandacının arzulanan amacını ilerleten bir yanıt elde etmek için algıları şekillendirmek, bilişleri manipüle etmek ve davranışı yönlendirmek için kasıtlı, sistematik bir girişim" olarak çerçevelemişlerdir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 7).

1.10.1. Propagandanın Amacı

Propagandanın amacıyla ilgili mesele genellikle, araştırmacıların ve kavramsallaşmasına katkıda bulunanların tanımlarında eklemlenmiş durumdadır. Tanımlarda görüldüğü gibi propagandanın temel amacı hedefi etkilemek, manipüle etmek, arzu ettiği şekilde düşünmesini, hissetmesini amaçlar. Başarılı olsa da olmasa da nihayetinde propaganda, "Toplumun görüş ve davranışını, kişilerin belirli bir görüşü, belirli bir davranışı benimsemelerini sağlayacak biçimde etkileme girişimidir" (Domenach, 2003). Bu çerçevede her türlü bilgi, fikir, söz, meta ve medya kullanımı gerektiği yoğunlukta ve çeşitlilikte kullanılır. Propaganda ile ilgili her şey kaçınılmaz bir şekilde etkilemek, nüfuz etmek, zihin ve duyguları yönlendirmeye temas eder. Propagandayı var eden temel amaç budur. Bu temel amacın dışında kavrama ve amacına dair tartışmaya genişlik kazandıracak birkaç temel argüman mevcuttur. Bu kavramlar esasen yardımcı, destekleyici ve tali kavramlardır. Ancak halihazırdaki tanımlamalarda "etkileme" üzerine tartışmaya odaklanmanın ötesine geçerek bu etkileme kavramından farklı kavramları incelemek, tartışmaya genişlik kazandırabilir.

Öncelikle propagandanın tanımlarından yola çıkarsak, birkaç önemli direne noktasıyla karşı karşıya gelebiliriz. Bunlardan ilki ve belki de en önemlisi propagandanın hakikat ile olan ilişkisidir. Daha önceki bölümlerde algı yönetimi, istihbarati bilgi ve psikolojik savaş ile ilgili mülahazalarda da değinildiği gibi, bir algı yönetimi aracı veya yönetimi olarak propagandanın ilettiği mesaj, mesajın içeriğindeki bilginin gerçekliği, sonuçta elde edilen çıktığın hakikat ile yakınlık ve uzaklığı propagandanın salahiyeti için önem arz etmektedir. Douglas Walton bunun sebebinin insanların zihinsel olarak genel kanıya uyma (*argumentum ad populum)* gibi bir yaklaşıma teşne olmalarından geldiğini söyler (Walton, 1997, s. 388-389). Çeşitli tanımlamalarda da propagandanın bilgi doğru olup olmamasıyla ilgilenmediği belirtilmiştir. Burada iki ayrım vardır. Birincisi bizatihi gerçeklikle ilgili bir kaygının olmadığı yaklaşımdır. Burada kavramın zihinsel ve psikolojik daha da özelinde algısal tarafından bakıldığında propagandanın kişinin

ruhuna ve/veya zihinine nüfuz etmesinin ikna edici ve bilinçsiz yoluna odaklanıldığını görürüz. Nihayetinde propagandanın görevi, ferdleri harekete geçirmek ve bu sonucu en iyi şekilde sağlayacak ideolojik, ekonomik veya politik araçları kullanmaktır (Kluver, 1995, s. 11-12). Sonuç, gerçeğin ve geçerliliğin göz ardı edilmesidir. İkinci yaklaşımda ise propagandanın tek taraflı bir yöntem olmasının avantajlarının sonuna kadar kullanılmasıdır. Burada mesele, bilginin manipülatif, dezenformatif veya mezenformatif bir şekilde iletilmesidir. Sosyal medyanın iletişim kanallarının büyük çoğunluğunu oluşturmasıyla birlikte, propagandanın de böylesine bir dönüşüm geçirdiği görülmektedir. Özetle, klasik anlamda bilginin doğruluğundan azade olarak yapılan propaganda git gide sahte haber, yanlış bilgi ve dezenformatif medya ürünleriyle eş değer görülmeye başlanmıştır (Persily ve Tucker, 2020, s. 2).

Bir diğer amaç, propagandanın hedeflediği kitleyi yalnız zihinsel ve algısal yönden etkileyerek belli bir fikre yönlendirmesinin ötesine geçerek kişi, grup ve kitleleri nihayetinde propagandası yapılan fikrin bir taraftarı, sempatizanı veya en geniş manada o siyasi fikrin yolunda hareket geçmeye hazır hale getirmektir. Propagandanın amacını sağlamada başarılı olması için yalnızca bir önermeye onay veya bağlılık sağlamak yeterli değildir. Bir izleyici belirli bir bakış açısına gerçekten inansın ya da inanmasın, propagandanın amacı, onları daha pratik bir anlamda onunla birlikte hareket ettirmektir. Amaç, bir politika veya programda yer alarak ve bir sosyal eylem planı olarak uygulanmasına izin vererek, onların bir politika veya programa uymalarını sağlamaktır. Klasik yaklaşımda özellikle propaganda tarihçesinde sıklıkla gördüğümüz İkinci Dünya Savaşı önce ve sırasındaki fevkalade aktif propaganda faaliyetlerinin amacı git gide bu tür bir hareket geçirme ve taraftar toplama olduğu görülmektedir. Bu tarz bir örneklem "Amerika'yı yeniden keşfetmek" gibi olabilir. Bu yüzden bir propaganda amacı olarak kitlelerin propaganda fikrine mevcut unsur haline gelmesine dair ilgi çekici bir yaklaşım mevcuttur. Haifeng Huang, otoriterlik ve özellikle Çin otoriterliği üzerine çalışan siyaset bilimci, Sinyalcilik olarak Propaganda (*Propaganda as Signalling*) isimli makalesinde, propaganda faaliyetinin klasik okulun dışına taştığını söyler. Ona göre Çin gibi otoriter devlet örneklerinde görülen bir tür olarak devletler, propaganda faaliyetini hükümetlerini güçlü bir pozisyona sokmak için kullanırlar. Zira güçlü görünmeyen hükümet, karşısında hızla yükselen muhalefet ve ötesinde isyan görebilir. Bu yüzden devlet önce davranarak propaganda oluşturur ve halkını kendisine karşı destekçi haline getirmeye çalışır. Bununla da kalmaz, kendisine muhalefet etme potansiyeli olan grupları ve kişileri de propagandası ve sonrasındaki meşru cürüm yetkisiyle baskı altında tutar (Huang, 2015, s. 422).

1.10.2. Propaganda Türleri

Propagandayı sınıflandırmak için net bir perspektif literatürde mevcut değildir. Bunun yerine propaganda, farklı bakımlardan sınıflandırılmıştır. Sahası, kapsamı, konusu bakımından propagandalar sınıflandırılır. Aynı şekilde literatürde ek olarak yöntemi ve kullanışı bakımından da sınıflandırmalar mevcuttur.

Sahası bakımından propaganda da propaganda iç ve dış olmak üzere ikiye ayrılır. İç propaganda da iç siyaset temelli nedenler etkili olurken dış propagandada uluslararası arena söz konusudur. Kapsamı bakımından propagandada üç unsur vardır. Genel propagandada kamuoyu hedeflenir. Sınırlı propaganda ise belirlenmiş bir grup insana yöneliktir. Bir ülkenin aydınları, gazetecileri, yatırımcıları gibi. Ayrıca hedef ülkedeki toplumun belli bir kesimi de etnik kökeni, inancı veya siyasi görüşü gereği sınırlı propagandanın hedefinde yer alabilir. Kişisel propaganda ise bir veya birkaç kişiye yönelik, nokta atışı propagandadır. Konusu bakımından propaganda, propagandanın taşıdığı mesajın içeriğine göre çeşitlenir. Bunların en yaygını kültürel propagandadır. Örneğin bazı ülkelerin hedef ülkelerde müzik, sinema, edebiyat gibi kendi kültür ürünleriyle pozitif bir imaj yakalamaya çalıştığı ve bunu siyasi kazanca çevirmeyi amaçladığı bilinmektedir. Propagandayı yöntemi bakımından beyaz propaganda, kara propaganda, gri propaganda ve siyah propaganda gibi dört başlık altında toplamak mümkündür ve bu ayrım en sık kullanılan ayrımdır. Ayrıca kullanışı bakımından da propaganda stratejik ve taktik olmak üzere ikiye ayrılır. Stratejik propaganda çok daha uzun vadeli ve büyük hedefler için yürütülürken taktik propaganda daha geçici ve belli koşullara zemin hazırlaması için yürütülür.

Bütün bu sınıflandırmalar içerisinde propaganda en çok yöntemi bakımından sınıflandırır. Hem literatürde hem halk arasında en yaygın şekilde bilinen propaganda türleri de bunlardır. Dolayısıyla bu propaganda türlerini örnek olarak incelemek, çalışmamız açısından gereklidir (Jowett ve O'Donell, 2017; Cull, Culbert ve Welch, 2003; Guth, 2009).

Beyaz Propaganda: Daha önceki bölümlerde propagandanın doğası itibariyle yanıltma, manipüle etme, etki altına alma, yönlendirme gibi amaçları olduğundan bahsetmiştik. Buna ek olarak propaganda içeriğinin doğruluğu ile ilgili yoğun bir tartışmanın mevcudiyetinin de altı önceki bölümlerde çizilmiştir. Ancak propagandanın her zaman yanlış bilgi verme veya aldatmaya çalışma gibi bir amaç gütmediği bellidir. Çünkü meşruiyet ve taraftar kazanma siyasi erk için her zaman aldatmadan geçmez. İtibarın ve gücünün ölçeğinde hedef kitlesini ikna etmek için doğru bilgi içeren bir propaganda mesajını iletmek önemli bir fırsattır. Bu sebeple propaganda bazen

doğru tanımlanmış bir kaynaktan gelir ve mesajdaki bilgiler doğru olma eğilimindedir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 20). İşte bu tür kaynağı belli, içeriği doğrulanabilir ve kabul edilmesi kolay, halkı etkilemek için ek bir yanıltma çabasına girmesine gerek olmayan propaganda türüne beyaz propaganda veya açık propaganda denir. Beyaz propaganda büyük ölçüde teşhis edilebilir bir devlet kurumu tarafından yürütülür. Yanlış bilginin riskini almak tercih edilmez. Mesaj, belirli bir rejimin veya ideolojinin üstünlüğü ve haklılığı konusunda bir izleyiciyi ikna etmeyi amaçlamaktadır (Cull, Culbert ve Welch, 2003, s. 426). Devletlerin yayın organları, propaganda, bilgi ve enformasyon, tanıtım ve organizasyon gibi bakanlıkları, müsteşarlıkları ve müdürlükleri, ajansları ve hükümetlerin politika olarak hedefledikleri organizasyon beyaz propaganda unsurları sayılır. Propagandanın en sıkı kullanıcılarından Joseph Goebbels ve çalışmaları; Soğuk Savaş yıllarında Amerika'nın Sesi (VOA), Moskova Radyosu, Avrupa'daki benzerleri BBC, TRT, ZDF, RAİ; Güney Kore Yaratıcı İçerik Ajansı (KOCCA) ve 1992 Barcelona Olimpiyatları için yoğun çalışmayla bir araya getirilmiş Amerikan Milli Basketbol Takımı "Dream Team" beyaz propagandaya örnek gösterilebilir.

Kara Propaganda: Propaganda faaliyetinde kaynak gizli ve belirsiz, mesajı içeriği yanlış ve eksik bilgiye dayanan, amacı manipülasyon, aldatmaca ve yönlendirme olan propaganda türüne kara propaganda denir. Kara propaganda, her türlü yaratıcı aldatmacayı içeren "büyük yalandır". İkinci Dünya Savaşı sırasında iki taraf da kara propaganda yapmak için yoğun çaba sarf etmişlerdir. Sovyet orduları Berlin'e dayandığında Alman halkı savaşı kazandıklarına dair radyo mesajları alıyorlardı. Aynı şekilde Dunkirk'te Alman Ordusu'nun elinden zor kurtulan Müttefik ordusunun, İngiliz gazetelerinde ve radyolarında büyük bir başarı elde ettikleri anons edilmişti. Soğuk Savaş sırasında ise kara propaganda yoğun bir algı yönetimi faaliyeti olarak kullanılmıştır. Batı ülkeleri, halklarını Sovyet propagandasından korumak için sosyalist düşünce ve onun kötü uygulamalarını egzajere ederek kara propaganda yürütmüşlerdir. Batılı devletler ve organları, her türlü gerçeği abartmaktan ve manipüle etmekten geri durmamıştır.

Kara propaganda, tanımı gereği, aldatmayı amaçlar ve broşürlerden, posterlerden, radyo ve televizyon istasyonlarına ve hatta günümüzde en ağırlıklı internete kadar her türlü aldatmayı kapsar. Dolayısıyla bu propaganda türü, ortaya çıktığında en çok dikkati çeker. Bu tür bir propagandanın başarısı veya başarısızlığı, büyük ölçüde alıcının kaynağın gerçekliğini ve mesajın içeriğini kabul etme isteğine bağlıdır. Kara propagandanın amaçlarına ulaşması için, mesajın -ve yayılma biçiminin- hedef kitlenin sosyal, politik ve kültürel deneyimleri içinde yer almasına büyük

özen göstermeyi içermektedir (Cull, Culbert ve Welch, 2003, s. 42). Son olarak, günümüzde internet ve sosyal medya, propaganda yürütmek için mükemmel bir alan olarak göze çarpmaktadır. Öyle ki, propagandanın bir amacı olarak ortaya çıkan dezenformasyon faaliyetleri, bilgi ekosisteminde *infodemi* kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuş ve artık internetten gerçek ve tarafsız bilgiyi elde etmek bir vaka olarak tartışılmaktadır (Erdoğan ve diğerleri, 2022).

Gri Propaganda: Gri propaganda adı ile müsemma bir kavram olarak, beyaz ve kara propaganda arasında "gri" bir alanda yapılan propaganda faaliyetine verilen isimdir. Bu tür propaganda formunda genellikle kaynak doğru tanımlanmış olabilir veya olmayabilir, bilgilerin doğruluğu da belirsizdir. Bunun ana nedeni, bir propaganda faaliyeti yürütüldüğünde karşılaşılacak tüzel ve özel kişilerin tepkileridir. Bu yüzden gri propaganda icrası genellikle belli bir paravan veya gizleme yoluyla yürütülür. Bu konuda birçok örnek gri propagandayı açıklamak için daha faydalı olabilir. İlk olarak 1966-1967 arasında Özgür Avrupa Radyosu, herhangi bir bağlantıyı açıkça reddeden CIA tarafından finans, organizasyon ve kontrol edilmiştir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 25). Afganistan Savaşı sırasında Sovyetler Birliği Moskova Radyosu aracılığıyla düzenli yayınlar yapmıştır. Bu yayınlar tema benzer bir argüman dayanmıştır: CIA destekli ülkeler – Irak ve Pakistan – Afganistan'a paralı asker ve silah göndererek Sovyetlerin güvenliğini tehdit etmesi ve kışkırtması (Sheikh, 1990).

Gri propaganda yaygındır. Yalnızlar devletler ve kurumları değil, aynı zamanda şirketler, organizasyonlar, vakıflar da dolaylı olarak bazı propaganda kaynaklarını genellikle finanse ederek veya taşeron olarak görev vererek kendi adlarına propaganda faaliyeti yürütmüşlerdir. Yıllık raporlarda istatistikleri çarpıtan şirketler, bir ürün öneren reklamlar, ulaşamayacağı sonuçlara ulaşacak, sadece ürün yerleştirme için yapılmış filmler gri propagandanın yaygınlığa örnek olarak gösterilebilir. Son olarak, yapılan gri propagandaya ek, rakiplerinin gri propagandasını engellemek sivil organizasyonlar tarafından sıkça yapılan bir faaliyettir (Collison, 2004).

1.11. Savaş, Algı Yönetimi ve Propaganda İlişkisi; Psikolojik Savaş

Psikolojik savaş, doğası gereği propagandayla doğrudan iç içedir. Propagandanın uluslararası arenada hem savaş hem de barış zamanında hedef ülkede uygulanması psikolojik savaşın sınırları içerisine girer. Genel olarak algı operasyonları, psikolojik savaşın bir türü olarak da değerlendirilir. Psikolojik savaş daha kapsayıcı olabilir ancak bu kavramın en bilinen örnekleri genelde algı

yönetimi vakalarıdır. Dolayısıyla psikolojik savaşı anlamlı bir şekilde kavramak, algı yönetimini anlamak için olmazsa olmazdır.

Psikolojik savaş bir savaş türü olarak algılansa da özellikle 1945 sonrasında artık savaşı aşmış, hayatın her anını, çatışmasız zamanları, toplumun her ferdini, ekonominin her çarkını kapsar hale gelmiştir. Bunun için savaş düşüncesini, savaşın ne olduğunu ve psikolojik savaşı bu kadar önemli ve merkezi hale getiren süreci iyi anlamak gerekir.

İnsanlık tarihinin ilk günlerinden beri en temel aktivitelerden biri olan savaş hakkında çeşitli tanımlamalar ve çalışmalar, binlerce yıllık bir birikimin ürünüdür. Neredeyse her medeniyette savaşın kavramsallaştırması ve icrası üzerine yazılmış eserler mevcuttur. Eski Çin'de Sun Tzu, Hint kültüründe Kautilya bunun en bilinen örnekleridir. Türklerde Orhun Yazıtlarında savaşlardan bahsedilen kısımlar vardır (Demirbilek, 2018, s. 36). Aynı şekilde birçok Türk veziri ve üst düzey yöneticisi savaş üzerine düşünmüş ve çeşitli eserler vermiştir.

Modern ve erken modern dönemde, bu eforun batılı anlamda önderleri Machiavelli ve sonrasında Clausewitz olmuştur. Machiavelli, çağının çok ilerisinde tespitler yapmış fakat dönemin İtalya'sında ve Avrupa'sında henüz geleneksel savaş yürütüldüğü için eserleri zamanının ötesinde olmuştur (Gat, 2001, s. 11). Napolyon Savaşları'yla beraber ortaya çıkan vatandaş ordularına, yüksek ateş gücüne, hızlı manevraya ve etkin topçu isabetine dayanan modern savaş artık bilinen savaş anlayışını değiştirmiştir. İşte bu ortamda yaşanan gelişmelere birinci elden şahitlik eden Carl von Clausewitz, savaş üzerine isimli eserini vermiştir (Gat, 2001, s.146).

Clausewitz'e göre savaş, politikanın başka araçlarla devam ettirilmesidir ve savaşın en temel unsuru birbiriyle çatışan, sürtünme yaşayan iki iradedir. Esas olansa, hasmın savaşma kabiliyetinin yok edilmesidir (Clausewitz, 2007, s. 69-280). Clauasewitz'in teorize ettiği bu savaş ideali 19. yüzyıl boyunca gün geçtikçe savaş alanlarında kendine daha da çok yer bulmuş, zirvesini ise Birinci ve İkinci Dünya Savaşları'nda yaşamıştır. Bu savaşlar artık topyekün harp kavramının hayat bulduğu, bir ulusun insanından suyuna her bir kaynağının savaşın içinde sayıldığı günleri getirmiştir. İşte bu ortamda artık popülasyonlar ve savaşan unsurlar üzerine operasyon yapma, psikolojik olarak onları etkileme fikri doğmuştur. Aynı şekilde kitle iletişim araçları da bu yıllarda yaygınlaşmaya başlamış, bir mesajı hasım ülkenin fertlerine iletme imkânı bu dönemde gelişmiştir. Dolayısıyla Sun Tzu'dan Clausewitz'e her savaş düşünürünün adını zikretmeden andığı veya Büyük İskender'den General Eiswenhower'a her komutanın hayalini süsleyen bu imkân ve kabiliyetler, ancak bu dönemde kendine geniş uygulama alanı bulmaya başlamıştır.

1.11.1. Psikolojik Savaşın amacı, Unsurları ve Araçları

Psikolojik savaş, hedef ülkenin ordusuna ve toplumuna yönelik gerçekleştirilen, onun savaşma azmini kırmaya yönelik girişimler olarak tanımlanır (Özdağ, 2003, s. 14). Psikolojik savaş tabiri ilk kez Birinci Dünya Savaşı esnasında Almanlar tarafından kullanılmış, kavram esas olarak İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerikan Ordusu tarafından bugünkü yaygınlığına kavuşturulmuştur (Lasswell, 1959, s. 21). Bu kavramı en çok çalışan akademisyenler de yine Atlantik'in Batı yakasından çıkmıştır. Bugün NATO orduları tarafından kullanılan psikolojik savaş tanımı da yine Amerikan kuvvetlerinin yaptığı tanımı esas alır.

Amerikan Ordusu tarafından kullanılan FM03-5 veya FM33-1 numaralı sahra talimnamesi Psikolojik Operasyonlar (PSYOPS) adlandırmasını kullanır (US Army, 2003). Talimname, henüz giriş cümlesinde psikolojik operasyonların ne olduğunu net bir şekilde tanımlar: "Psikolojik operasyonlar, yabancı alıcıların duygularını, motivasyonlarını, muhakeme kabiliyetlerini ve nihayetinde davranışlarını etkilemek amacıyla seçilmiş bazı bilgileri yansıtmak için yürütülen planlanmış operasyonlardır" (US Army, 2003, s. 1).

Aynı talimname, psikolojik savaş için hem savaş ve barış zamanları ayrımını hem askeri ve sivil araçlar ayrımı yapmış dolayısıyla psikolojik savaşın kapsayıcılığını vurgulamıştır. Talimnameye göre, posterler, sinema filmleri, çizgi filmler, televizyon yayınları, sosyal medya paylaşımları, eğit-donat faaliyetleri, insani yardım faaliyetleri, uçaklardan atılan bildiriler, hasım askerlerin dinleyeceği kadar yüksek sesli hoparlör yayınları psikolojik savaşın örneklerindendir. Dokümanın devamında, bu operasyondan beklenen hedeflerse şöyle sıralanmıştır: A.B.D ve müttefiklerine yönelik lehte bir tablo ortaya çıkarmak, hedef kitleyi düşük erişimin olduğu bölgelerde bilgilendirmek, güç gösterisinin etkisini büyütmek, hedef kitleye alternatif bir yol sunmak, sansür/eğitimsizlik veya başka bir sebepten oluşan kısıtlı erişimin üstesinden gelmek, etnik/dini veya ekonomik farklılıklardan faydalanmak (US Army, 2003, s. 2).

Açıkça görülüyor ki, psikolojik savaş sadece savaş zamanı değil barış zamanı da sürdürülebilen hatta etkisi barış zamanı daha yoğun olan bir faaliyettir. Böylece silahsız yöntemler aracılığıyla ABD ordusu, silahlı kazanımlar elde etmeye niyetlenmiştir. Aynı belgede vurgulandığı gibi hedef,

katı bir Clausewitzyen perspektifle hasmın savaşma iradesini ve gücünü yok etmek, uzun süreli kazanımlar elde etmektir.

Amerika Birleşik Devletleri'ne bağlı askeri kuvvetlerin bu doktrinleri uygulama fırsatı, devletin diğer organlarına göre düşük olmuştur. Nitekim C.I.A çok daha bilinen örneklere sahiptir. Örneğin Radio Liberty/Radio Free Europe, Sovyetler Birliği ülkelerine yaptığı yayınlarla Soğuk Savaş'ta bir ABD etkisi oluşturmak istiyordu (Scott-Smith, 2012, s. 123). Bu faaliyet baskının ortadan kalktığı ve yayınların daha serbest icra edildiği 1990'larda ve 2000'lerde de devam etti. Eski Sovyet ülkelerinin daha Avrupa ve ABD yanlısı bir çizgiye sahip olmaları, kamuoyunun değer yargılarını manipüle ederek en azından net bir şekilde ABD karşıtı bir çizgide olmamaları hedeflendi. Yahut bilindiği gibi popüler kültür ürünleri de bu kapsamda Soğuk Savaş yıllarında ABD'nin en önemli silahları oldular. Amerikan rüyasını temsil eden ögelerden McDonalds, Moskova'da açıldığında ortaya çıkan görüntüler belki de bunun bir ispatıydı.

Önceki paragraflarda da vurgulandığı gibi, bu tip operasyonların en büyük faydası tek kurşun atmadan kazanılan zaferlerdir. Birçok ülkenin savaşma azmi ve direnci kırılır, alıcı ülkede olumlu bir imaj yaratılarak savaşın önüne geçilir ve mümkünse iş birliği için veya asimetrik faydalanma için zemin yaratılır. Bunun için aynı retorikten beslenen, birbiriyle uyumlu ve tutarlı mesajlar televizyon, sosyal medya, sinema, siyasetçiler, köşe yazarları gibi farklı araçlar üzerinden tekrarlanır. Böylelikle mesaj pekiştirilir. Bu aslında Clausewitz'in savaş prensiplerinin silahsız savaşlara uygulanmasından farklı bir şey değildir.

1.12. Algı Yönetiminde Medyanın Rolü

Bilgi ve teknolojik gelişmeleri şahikaya çıkması ile zaman ve mekân tarihte hiç olmadığı kadar sıkışmıştır. Analog sistemlerin ve aletlerin dahi asrın icadı olarak kabul edildiği bir tarihten günümüze baktığımızda, insanlığın çeyrek asırdan biraz fazla bir zaman diliminde ulaşım ve iletişimde hangi noktaya ulaştığı tahayyül bile edilemez. Bu noktada en büyük gelişmelerden biri iletişim ve medya alanında meydana gelmiştir. Modern çağ bir iletişim devrimi çağıdır; dünyayı iki ideolojik bloğa ayıran İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra propaganda teknikleri büyük önem kazanmıştır. Bir başka nokta ise bilgiye erişimin medya aracılığıyla değişmesidir. Yayınlar artık yerel değil veya geleneksel olarak tanımlanmış iç pazarlarla sınırlı değildir. Medya küreselleşmesi

ile neredeyse her yerde meydana gelen olayların dünya çapında bir etkiye sahip olmasını sağlamaktadır. Medyanın çapı ve ulaştığı nokta öylesine sınırsız bir noktaya gelmiştir ki, eskiden küçük, önemsiz veya göz ardı edilebilecek haberler uluslararası haberler haline gelebilir ve aniden dünya çapındaki tüm liderlere aciliyetini empoze edebilir hale gelmiştir.

Bilgi ve teknolojinin her alanı dönüştürmesinden stratejiler ve politikalar da nasibini almıştır. Bugün bütün milletler gece gündüz kendi bakış açılarını yansıtmakla ve başkalarını kendi değerleri hakkında ikna etmeye çalışmakla meşgullerdir. Buradan hareketle seçmenlerin desteğini almak, muhalefet oluşturmak, hükümet politikalarını meşrulaştırmak ve destek bulmak amacıyla, yani kısaca algıyı yönetmek amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanmak bir gereklilik olarak ortaya çıkmıştır. Bu fikirler dünyasında, milletler sürekli bir kelimeler savaşı yürütmekle meşgullerdir (Parry-Giles, 1994). Bilgi teknolojisindeki, iletişimdeki devrim ve hava gücünün kullanılmasındaki inovasyonlar, yalnızca analistleri ve planlamacıları derinden etkilemekle kalmadı, aynı zamanda savaşın gidişatını da tamamen değiştirdi. Medyanın ağırlığı klasik medyadan yeni medyaya geçerken, insanların duygularına ve düşüncelerine etki edecek sayısız materyalin ister amatörce ister profesyonelce üretildiğini görmemek imkansızdır.

Algı yönetiminde birçok rolü olmaklar birlikte, birkaç temel etkileşim diğerlerinden öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, hedef kitlelerin algısını yönetmek için medyayı kullanmaktır (Zaman, 2007, s. 32). Bu ilişki üç ayrı seviyede ve üç ayrı eylemin eşleştirilmesiyle oluşur. Birincisi her bir siyasi aktörün nihai amacına götürecek o sorunsala cevap verebilecek kudrete sahip bu etki şudur: Seçmenin ne istediğini somut verilen üzerinden anlayabilme ihtimali. Bu yüzden potansiyel hedef kitle öncelikle propagandistin kendi halkıdır. Algı yönetimi yapma amacıyla propaganda icrası kendi halkının desteğini almak onun duygularına ve düşüncelerine etki etmek üzere kurgulanır. Daha spesifik olarak insanda gizli olan kabile içgüdüsünü uyandırarak gerçekleştirilir. Bu içgüdüler, düşmanı kötü bir varlığa dönüştürmek için odaklanmıştır. Hitler, Saddam Hüseyin, Kaddafi gibi liderler halkın konsolide edilmesi için sürekli bir algı yönetimi faaliyeti ile "şeytani" bir anlatıyla tasvir edilmiştir. İkinci olarak, tarafsız ülkelerin pasif veya aktif desteğini kazanmayı içerir. Burada yapılan temel şey, medya desteği aracılığıyla ilgili vakaya karşı nötr olan, ilgi göstermeyen veya gündemine dahil etmeyen ülkelerin dikkatini çekmek ve onların desteğini almaktır. Eğer destek vermek noktasında tereddüt var ise, en azından mücadele ettiği rakibine karşı destek vermesini engelleyerek tarafsız kalmasını sağlamak da önemli bir etkendir. Örneğin

Yugoslavya İç Savaşı'nda Birleşmiş Milletler Görev Gücü askerlerinin ve komutanlarının devlet politikalarını sahada sürdürmeleri, özellikle Boşnakların medya yoluyla bir propaganda faaliyeti yürütmek zorunda kalmalarına sebep olmuştur. Görev Gücü generallerinin ve diğer rütbeli subayların Sırp ve Hırvatlarla olan iyi ilişkilerinin onlarca insanın canına mal olması sebebiyle Boşnaklar var güçleriyle medyada bu kişilerin görevi kötüye kullanmalarını ve işledikleri suçları açıklayarak görevden alınmalarını sağlamışlardır (Siegel, 2005, s. 125). Son olarak düşman cephesindeki asker ve sivillere yönelik propaganda faaliyetini hedeflemek, son parça olarak görülebilir. Bu yöntem belki de yüzyıllar önce askerler ve halk arasına sızan insanların vesvese vermesi yoluyla yapılan bir aktivitedir. O yıllarda dahi etkisi görüldüğünden, dünya savaşlarında uçaklardan broşür dağıtmak, Stalingrad'daki Alman askerlerine Sovyet radyosundan Almanca yayın yapmaya kadar uzanmıştır. Çok güncel bir örnek olarak 2022 Rusya – Ukrayna Savaşı'nda Ukrayna tarafı ağırlıklı olmak üzere her iki devlet sosyal medya aracılığıyla halkın ve askerlerin moralini bozabilecek görüntüler paylaşmaktadırlar. Özellikle Ukrayna tarafı Türkiye'nin son teknoloji ürünü Silahlı İnsansız Hava Araçları Bayraktar TB-2'lerin hedefleri vurduğu görüntüleri sosyal medyadan düzenli olarak paylaşarak büyük bir propaganda başarısı elde etmiştir (Sabbagh, 2022).

Medyanın algı yönetimiyle arasındaki ikinci mesele, medyanın sağlam bir rolünden gelir. Devletler, şirketler ve medya sektörünün bizatihi kendisi, medyanın sınırları zorlayan nüfuz ve etki gücünü yerleşik bir yapıya dönüştürmüşlerdir. Medya bir gündem belirleyicidir. Gündem belirleme, haber medyasının haberlerde ne olması gerektiğine karar verme yeteneğine sahip olduğunu ve böylece gündemi belirlemektedir. Bu yaklaşım literatürde önemli bir yer kaplamaktadır ve sosyal medyanın gücünün artmasıyla birlikte önemli bir algı yönetimi enstrümanı haline gelmiştir. Gündem belirleme teorisi, medyanın kamuoyunun ilgi odağı haline gelen belirli bir konuyu kapsamasına atıfta bulunan en önemli medya algı teorilerinden biridir. İlk kez Maxwell McCombs ve Donald Shaw (1972) tarafından ortaya atılan yaklaşıma göre, medya, kamuoyunu şekillendirmek için belirli bir konuya önem verir, bazısını kasıtlı olarak görmezden gelir. Ayrıca Cobb ve Elder (1971) da gündem oluşturma kavramını ilk kez ortaya atarak medyanın yalnızca haber gündeminin sıralamasını yapmadığını, aynı zamanda suni gündem de oluşturan böylesi bir etkisi olduğunu iddia etmişlerdir.

Medyanın gündem oluşturma ve gündem belirleme gücü yalnızca kamuoyunu değil, politikacılar ve diğer algı yönetimi amacı güdenleri de etkilemektedir (Van Aelst ve Walgrave, 2004). Politikacılar için gündemde olmak ve seslerini duyurmak, şirketler için markanın bilinirliğinin sürdürülmesi azami ehemmiyet isteyen konulardır. Bu yüzden medyanın gündeminin içinde görünmek veya görünmemek arasındaki tercih, medya ile iyi geçinmek hatta girift ilişkilerde oluşturmaktan geçmektedir. Ancak bu konuda tek taraflı bir bağımlılık yoktur. Zira şirketler medyanın reklamlar aracılığıyla neredeyse tek sponsorudur. Politikacılar ise hükümete gelerek elde edecekleri güç ile medyanın gündem oluşturma şansını dengeleyecek hamleler yapma kabiliyetini ellerinde bulundururlar. Bu noktada medyaya atfedilen gündem belirleme meselesinde dengenin gelecekte bir fayda sağlamak üzere gündemi bir partinin açıklamaları üzerine yoğunlaştırması gibi durumlar sık görüldüğünden, medya için gündemi belirleyen konumuna birinin geçmesinin iki sonucu ortaya çıkar. Birincisi gündem medya için belirleniyorsa o medyayı artık gündem belirleyici veya gündem oluşturucu olarak tanımlamak doğru olmaz (Weaver, 1994, s. 349). İkincisi ise bu bağlamda medyanın gündemi belirlemek için vazgeçilmez bir unsur olup olmadığı sorgulanır duruma gelir.

Son olarak, sosyal medyanın ağırlığını artırması ile birlikte bilginin ulaşımı ve dolaşımının saniyelerle ölçüldüğü bir zaman geçiş başlamıştır. Bu da sosyal medyada aktif, kalabalık ve itibarı yüksek olanın algıyı yönettiği bir dönemi işaret etmektedir. Algı yönetimi ve sosyal medya arasındaki ilişki neredeyse tamamıyla algıyı yönetmek, propaganda yapmak, retoriği yoğunlaştırmak, gerekirse dezenformasyon ve mezenformasyon aracılığıyla kapsamlı ve muhteviyatı çok ağır bir aldatmaca yapmak üzerine evrilmiştir. Dünya siyaseti git gide Facebook, Twitter, Youtube gibi küresel sosyal medya siteleri üzerinden okunmaktadır. Karar alıcılar da bunun farkına erken varmıştır. Neredeyse tüm siyaseti hareketlerin, hükümetlerin, siyasi partilerin, şirketlerin, STK'ların, toplum önünde bir unvana sahip özel kişilerin her olayla ilgili mesaj ilettikleri sosyal medya hesapları mevcuttur. Bunun yanında sosyal medyaların kendilerine has izlenme, görüntülenme, beğenilme, paylaşılma ve gündem barı gibi istatistiki verileri yoluyla da insanların merak duygularına hitap edip onları harekete geçirecek panelleri mevcuttur. Bu paneller sosyal medya kullanımı için o kadar önemli hale gelmiştir ki gerek doğal, gerek satın alınmış hesaplar (gerçek veya bot), gerekse de troller aracılığıyla gündemi belirlemek önemli bir algı yönetimi faaliyeti haline gelmiştir. Özellikle Twitter anlık bilgi ve haber alma, haber değeri taşıyan olayların tartışılması, kendi içerisinde haber üretilmesi bakımından devasa ekosistem haline

gelmiş, yaklaşık 210 milyon günlük kullanıcısı, yıllık 5 milyar dolar geliri olan bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Statista, 2022).

Sosyal medya ve algı yönetimi ile ilgili son değinilebilecek şey kişilerin sosyal medya üzerindeki bilgileri ve etkinlikleri yani kısaca yaptıkları her şeyin veri olarak saklanmasıdır. Bu konuda 2014 yılında Cambridge Analytica'nın Facebook'un yaklaşık 50 milyon kullanıcısının çok çeşitli bilgilerini ve aktivitelerini içeren verilerini üçüncü parti uygulama aracılığıyla ele geçirmesi skandalı büyük yankı uyandırmıştır. Bu veriler ABD seçimlerinde seçmen davranışlarını ve oy tercihlerini etkilemek üzere kullanılması üzerine Cambridge Analytica çalışanı Christopher Wylie tarafından ifşa edilmiştir. Wylie bu sistemin "tam donanımlı bir propaganda makinesi" olduğunu belirtmiştir. Nihayetinde böylesi bir sistemin dünyanın en büyük güçlerinden birinin hükümetini belirleyecek bir algı yönetimi enstrümanı haline gelmesi sosyal medyanın ne kadar büyük bir güç olduğunu göstermektedir.

2. BÖLÜM: Birinci Körfez Savaşı ve ABD'nin İstihbarat Faaliyetleri

Birinci Körfez Savaşı, Kuveyt'in Irak tarafından İşgaliyle başlayan ve ABD öndeliğinde koalisyon güçleri tarafından gerçekleştirilen, dünya yakın tarihinde meydana gelen ve Ortadoğu'da etkisini uzun süre devam ettiren önemli savaşlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Birinci Körfez savaşının sonunda Irak üç bölgeye ayrılmıştır. Birleşmiş Milletler kararları doğrultusunda ülkeye ambargo uygulanmıştır. Savaş sonrası dönemde ülkede iç karışıklıklar yaşanmış ve ülkenin lideri Saddam Hüseyin'in Birleşmiş Milletler kararlarını tam anlamıyla uygulamaması üzerine ABD, Irak'a ikinci askeri müdahalesini gerçekleştirmiştir.

Birinci Körfez Savaşı ve ABD'nin istihbarat faaliyetlerini anlamak ve açıklamak için savaş öncesi yaşanan gelişmeler, bölgedeki petrol rezervi ve bu rezervlerin büyük güçler açısından öneminin anlaşılması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle bölgedeki İran-Irak savaşı sonrası durum ele alınarak, petrol rezervleri ve büyük güçlerin çıkarlarına değinilecek olup, Irak'ın Kuveyt'i işgali ve ardından koalisyon güçleri tarafından yapılan müdahale kısaca ele alınacaktır.

2.12. Birinci Körfez Savaşı Öncesindeki Gelişmeler

Irak, 1. Dünya Savaşından sonra 1920 yılında İngiliz mandası altına girmiş, 1932 tarihinde bağımsızlığını sağlamıştır. Irak, 1979 tarihine kadar iç politikada darbeler ve rejim sorunları ile uğraşmış, dış politikada ise İsrail devletinin kuruluşunun ardından bazı çatışmaların içerisinde yer almıştır. 1979'da 1968 yılından itibaren iktidar olan Baas Partisinde görev değişimi olarak Saddam Hüseyin iktidarı başlamıştır. İran devrimi Saddam Hüseyin'in iktidara geldiği yıl gerçekleşmiş ve ardından 8 yıl sürecek olan Arap milliyetçiliği ile yayılmacı molla rejimi arasında gerçekleşen ve Irak'ın silahlanmasını sağlayacak olan İran-Irak savaşı yaşanmıştır (Yalçınkaya, 2008a, s. 266). 1979'da İran devriminden sonra İran'daki gücünü kaybeden ABD, Basra Körfezinde yeni bir Amerikan üssü olarak Irak'ı seçmiş ve istihbarat, askeri ekipman yardımı yanı sıra yüksek miktarda tarım kredi sağlamıştır. Irak'ın Filistin hareketi ile olan bağının devam etmesine rağmen Irak, ABD tarafında terörizme destek veren ülkeler arasında sayılmamıştır. İhracat lisansı ile Irak'ın kimyasal ve biyolojik silah üretebilen ve bunu birçok defa İran'daki hedeflere yönelik kullandığı ikili kullanımlı teknolojiyi satın almasına olanak tanımıştır. Saddam Hüseyin bu tür silahları sadece İran'a karşı kullanmamış aynı zamanda kendi iktidarına karşı çıkan gruplara

karşıda kullanmıştır. Saddam Hüseyin, İran-Irak Savaşındaki ABD desteği karşılığında İran İslam devriminden önce İran'ın üstlenmiş olduğu Komünist tehdidini Basra Körfezinden uzak tutma rolünü üstlenmiştir. Ayrıca Irak, ABD'ye Irak petrolünü makul derecede indirimli satacağının garantisini vermiştir. ABD-Irak arasındaki bu çıkar ilişkisi Savaşın sona ermesiyle birlikte sonlanmıştır. Amerikan kongresi Irak'ın sahip olduğu kitle imha silahlarından dolayı kaygı duyarak ekonomik yaptırımlar ile tehdit ederek o süreçte Saddam Hüseyin'in Beyaz Saray ile olan ilişkilerinde henüz gerginlik yaşanmamaktaydı. Bu nedenle Kuveyt'e yönelik olan planlarını gerçekleştirirken ABD müdahalesi olmayacağını düşünmekteydi (Hook ve Spanier, 2016, s. 213-214).

Irak'ın Kuveyt'i işgaline geçmeden önce ABD'nin temel hedefi olarak ifade edebileceğimiz bölgedeki enerji kaynaklarının kontrolüne değinmemiz gerekmektedir. Bölgedeki enerji kaynaklarının ABD için önemi Amerikalı şirketlerin bölgede petrol üretimi yapmaya başlamasıyla artmıştır. 1980'de başlayan İran-Irak Savaşıyla bölge petrolünün güvenliği tehlikeye düştüğünden ABD yukarıda da değindiğimiz üzere 1982'den itibaren Irak'a silah ve teknoloji desteğinde bulunmuştur. Savaş Basra körfezine kaydığın dönemin Amerikan başkanı Reagan körfezdeki petrol trafiğinin engellenmemesi için açıklamalarda bulunarak, her iki ülkeyi uyarmıştır. ABD savaş devam ederken 1987 yılında Basra Körfezine savaş filosunu göndermiş ve Kuveyt'in petrol tankerlerine Amerikan bayrağı asarak petrol sevkiyatını korumuştur (Gresh ve Vidal, 1991, s. 201-124). ABD dış politikası Ortadoğu'da güç dengesi üzerine inşa edilmiş olup güç dengesi İran-Irak savaşı ve hemen akabinde Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesiyle bozulmuştur.

2.2. Irak'ın Kuveyt'i İşgali ve Uluslararası Müdahaleye Giden Süreç

Birinci Körfez Savaşı'nın ortaya çıkışında İran-Irak Savaşı ve savaş sonrası Irak'ın içinde bulunduğu politik ve ekonomik koşullar önem taşımaktadır. Sekiz yıl süren İran-Irak Savaşı, 1988 yılında tarafların üstünlük sağlayamaması sonucunda ateşkes kararı alarak sonlandırılmıştır. Barış teklifi İran tarafından geldiğinden dolayı Irak savaşın galibi olarak kendini göstermeye çalışmıştır. Irak savaş sonucunda bazı avantajlar elde etse de ekonomik olarak sıkıntı yaşamıştır. Irak'ın askeri gücü yukarıda da kısaca bahsedildiği üzere savaş sürecince artış göstermiş ve savaş sonunda askeri gücü dünyanın sayılı askeri güçleri arasında yer almıştır (Akpınar, 2000-2001, s. 76). Savaş sonrasında Irak'ta Saddam Hüseyin yönetimi güçlenmiştir. Batı dünyasından aldığı beyin gücü,

maddi kaynaklar, kimyasal ve biyolojik silahlara sahip olan Irak ayrıca uzun menzilli uçaklara ve füzelerle bölgesinin en önemli güçlerinden bir olmuştur (Ergil, 1990, s. 24). Savaş sonrasında askeri gücünü terhis etmeyen Irak, 1990'lı yılların başında İsrail ve Batılı güçlerin sahip olduğu nükleer gücü öne sürerek, kendisini savunma amaçlı kimyasal silahlara sahip olduğunu ilan etmiştir (Arı, 2000'li yıllarda basra körfezi'nde güç dengesi, 1999, s. 217). Irak, 1990 yıllı Ağustos ayında nicelik olarak bölgenin en büyük ordusuna sahip olurken, dünyada dördüncü büyük ordunu oluşturmuştur (Atabay, 2016, s. 179).

İran-Irak savaşı boyunca Kuveyt, Irak'a destek vermiştir. Kuveyt'in Irak'a vermiş olduğu destek Şii İran'a karşı korunmaktır. Savaşın ardından Irak'ın 14 milyar doları Kuveyt'e olmak üzere Arap ülkelerine ciddi bir borcu olmuştur (Çimen ve Göğebakan, 2007, s. 411).

Irak'ın Kuveyt ile daha sonra detaylandıracağı üzere bir sınır sorunu olmakla beraber İran-Irak Savaşı süresince bu sorunu askıya alsa da savaş sonrasında sınır sorununu gündeme getirmiş ve Kuveyt üzerindeki askeri baskısını artırarak ondan taviz koparmaya çalışmıştır. Saddam Hüseyin, 1990 Arap Birliği Zirvesi konuşmasında Kuveyt ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin kendilerine yönelik ekonomik bir savaş uyguladıklarını ifade etmiştir. Irak'ın 22. Yıl dönümü töreninde yinelediği iddiasına göre Kuveyt, Irak'a karşıtı bir politika izlemekte, sınır anlaşmazlıklarını uzatmakta, Irak'a ait olan Rumelia bölgesinden petrol çıkartmakta ve OPEC kotasını aşarak petrol üreterek petrol fiyatlarının düşmesine neden olmaktadır. Saddam Hüseyin, İran savaşından dolayı Arap ülkeleri tarafından Irak'a verilen borçların silinmesini talep etmiştir. Irak, Mısır devlet başkanı Hüsnü Mübarek'in arabuluculuk girişimlerine karşılık 23 Temmuz'da Kuveyt sınırına askeri gücünü kaydırmaya başlamıştır. Irak'ın bu girişimi üzerine Cenevre'de toplanan OPEC üyeleri petrol varil fiyatını artmışsalar da Irak bu sonuçtan memnun kalmamıştır. İşgalden önce her iki devletin yetkilileri son kez bir araya gelmiş, Irak Kuveyt'ten 99 yıl süreyle Bubilyon ve Warba adalarını Irak'a kiralanmasından, Rumelia'dan çıkarılan petrole karşılık olarak 2.4 milyar dolar tazminatın ödenmesini talep etmişlerdir. İsteklerin Kuveyt tarafından kabul edilmemesi üzerine Irak, Kuveyt'i 2 Ağustos 1990'da işgal etmiş ve 6 gün sonra Kuveyt'in Irak'ın 9. vilayeti olduğunu ilan etmiştir (Atabay, 2016, s. 179-180).

Kısaca özetleyecek olursak, Irak'ın Kuveyt'ten temelde üç talebi bulunmaktadır. Aralarında sınır uyuşmazlığı bulunan Rumelia bölgesindeki petrol alanlarıyla alakalı sorunun çözümü, Basra

Körfezine çıkışını sağlayacak adalarının kiralanması ve İran-Irak savaşı süresince birikmiş olan borçların çözümlenmesidir.

Irak'ın Kuveyt'i illegal olarak eğik sondaj yapmakla suçlayıp işgal etmesinin sebeplerini üç başlık altında değerlendirebiliriz. Bunlar, tarihsel sebepler, ekonomik sebepler ve Arap liderliğidir. Irak'ın Kuveyt işgalinin temellinde yatan sebeplerden biri Kuveyt'i, İngiltere tarafından Irak'ın toprakları üzerinde kurulmuş suni bir devlet şeklinde görmesidir. Irak, Kuveyt'in birçok kez Osmanlı Devleti'nin Basra Vilayetine ait bir kazası olduğunu iddia ederek Bubilyon ve Warba adalarının Irak'a bırakılmasını talep etmektedir (Ergil, 1990, s. 24). Kuveyt, körfezde 310 mil sınıra sahipken Irak 36 millik bir kıyı şeridine sahip olup, Irak'a ait kıyılar bataklık olduğundan körfeze çıkışı kullanılamamaktadır. Irak petrolü körfezden Suriye ve Türkiye üzerinden Akdeniz'e, Suudi Arabistan üzerinden de Kızıldeniz'e akıtmak zorunda kalmaktadır (Atabay, 2016, s. 181). Bu nedenle Irak adaları tarihsel gerekçeler göstererek talep etmektedir. İran-Irak savaşı devam ederken adaları savunma yapmak için tekrara istese de Kuveyt kabul etmeyerek bunun yerine Irak' siyasi ve ekonomik yardımda bulunmuştur. Savaş süresince yardımlar devam ettiğinden dolayı Irak talebinden kısa bir süreliğine vazgeçmiştir (Şen, 1991, s. 10).

İran-Irak savaşı sonrasında ekonomisi çökme noktasına gelen Irak, zengin petrol yataklarına sahip olan Kuveyt'i ilhakı çıkış yolu olarak değerlendirmiş, başarılı olmaları durumunda bölgenin en güçlü ülkesi haline gelineceği ve dünya petrol rezervinin %20'sine sahip olmayı planlamaktaydı (Atabay, 2016, s. 181). Irak, İran savaşı süresince aldığı borçları OPEC aracıyla petrol üretimini kısıtlayarak, petrol fiyatlarını yükselterek ödeme niyeti, Kuveyt'in Irak ile yaşadığı sınır sorununun çözümünde avantaj olacağını düşünerek petrol üretimini artırması gerilimin yükselmesine neden olmuştur (Çimen ve Göğebakan, 2007, s. 411).

Krizin diğer bir nedeni ise bölgede askeri olarak güçlenen Irak'ın Arap Liderliğini istemesi uzun vadeli bir plan olarak Arap milliyetçiliğine dayanan bir Arap birliğinin kurulmasıdır. Uzun süren İran savaşında yaşadığı prestij kaybını azaltılabileceği düşüncesi de Kuveyt işgalinde rol oynamaktadır (Cleveland, 2015, s. 525-526).

Kuveyt'in işgali, Irak'ın tarihsel gerekçeleri üzerinden şekillendirilerek, bölgede egemen güç olmak hedefinin yanında, İran savaşında Kuveyt'ten alınan borçların ortadan kaldırılması, Kuveyt'in ekonomik kaynaklarının kendi ekonomine eklemlenmesi, Basra Körfezinde sınırının

olması ve Suudi Arabistan'dan sonra bölgedeki en büyük petrol rezervine sahip ülke durumuna gelmektir (Arı, 2004b, s. 420-427).

Irak Yönetiminin, 17 Temmuz'dan başlayan Kuveyt sınırına askeri birliklerini yığmaya başlaması ve sınırdaki asker sayısını artırmaya devam ettirmesi üzerine 24 Temmuz'da CIA durumla ilgili olarak Amerikan yönetimine bilgi vermiş ancak Irak'a bir uyarıda yapılmamıştır. ABD Büyükelçisi April Glaspie, Saddam Hüseyin ile görüşmüş, Araplar arasındaki sorunlara ABD'nin karışma istemediğini ifade ederek ülkesini yeniden inşa girişimi konusunda Saddam Hüseyin'i tebrik etmiştir (Arı, 2004a, s. 575). Irak, bu görüşmeyi Kuveyt işgaline yönelik ABD'nin bir müdahalede bulunmayacağı şeklinde yorumlamıştır (Uslu, 1999, s. 174).

Irak Birlikleri, 1 Ağustos gecesi Kuveyt'i işgale başlamış ve etkisiz bir direniş karşısında 7 saat içerisinde Başkent'e girmiştir. Kuveyt Emir'i Amerikan elçiliği desteği sayesinde Suudi Arabistan'a sığınmıştır. Irak'ın ülkede 8 gün sonra tam kontrolü sağladığında ilhak ettiğini, 28 Ağustos'ta ise 19. Vilayeti olarak ilan ettiğini açıklamıştır (Laurent, 1991, s. 25).

Tüm dünyada işgal büyük bir yankı uyandırmış, güç dengelerinde önemli değişikliklerin oluşmasına neden olmuştur. İşgal ile yukarıda detaylandırıldığı üzere Irak dünya petrol rezervinin %20'sine sahip olmanın yanına ek olarak Kuveyt'in bütün dünyaya yayılmış olan finansman gücünü de kontrolüne almıştır. ABD, işgalinin hemen ardından ülkesindeki tüm Kuveyt ve Irak varlık hesaplarını ve para hareketlerini durdurmuştur. Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi 660 sayılı kararıyla işgali kınamış ve Irak askerinin 1 Ağustos'taki mevzilerine geri dönmelerini talep etmiştir (Akpınar, 2000-2001, s. 80). Ayrıca ABD, Moskova ile görüşerek, görüşmenin sonucunda her iki devlet işgali kınamış ve silah satışını durdurma kararı aldıklarını açıklamışlardır (Sağlam, 1999, s. 153).

ABD Irak'ın koşulsuz bir şekilde teslim olmasını talep etmiş ve donanmasına ait 50 savaş gemisini Körfeze intikal ettirerek askeri hazırlara başlanması yönünde bölgeden sorumlu olan komutanlığa talimat vermiştir. Olası bir müdahalede kullanılması için Suudi Arabistan'dan üst talep edilmiş başlangıçta kabul edilmemesine rağmen Irak'ın Suudi Arabistan için tehdit yarattığına dair şüphelerin iletilmesiyle kabul edilmiştir (Akpınar, 2000-2001, s. 81-82).

Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi, Irak'a yönelik ekonomik yaptırımları öngören 661 sayılı kararı alarak, Irak'ın 600 Sayılı Birleşmiş Milletler kararına uyulmadığının tespit edilmesi halinde

konsey üyelerinin Irak'a yönelik ekonomik ve siyasal ambargo uygulanması gerektiğini ortaya koymuştur. BM kararının hemen ardından ABD, alınan ambargo kararının etkili bir şekilde uygulanması bölgedeki savaş gemilerinin sayısını artırmıştır. Ayrıca Birleşmiş Milletler etkin bir denetleme için 25 Ağustos tarihinde deniz ablukası ve uymayanlara güç kullanılmasına yönelik 665 sayılı kararı da almıştır (Arı, 2004a, s. 577).

Irak, BM kararları karşısında körfez krizini çıkmaza sokmak amacıyla, Irak askeri birliklerinin, Filistin ve Lübnan topraklarında bulunan İsrail'in geri çekilmesi koşuyla olabileceğini açıklamıştır. Bu açıklamayı Arap devletlerin desteğini almak amacıyla yaptığı düşünülmüştür. Anacak Irak'a Arap devletleri tarafından destek verilmemiştir (Rubin, 2000, s. 164). Buna ek olarak Irak, kendisine yönelik alınan ambargo kararlarını delmek amacıyla 15 Ağustos tarihinde İran sınırında bulunan askeri gücünü geri çekeceğini ve İranlı savaş esirlerini serbest bırakacağını açıklamıştır. İran aracıyla ambargonun delinerek Irak petrolünün ihraç ederek gıda ve acil yardım malzemelerini temin etmeyi amaçlamıştır. İran'ın olumsuz bir şekilde karşılık vermiştir (Sağlam, 1999, s. 158). Irak kendisine yönelik olarak oluşturulan koalisyonu engellemeyerek, ABD'nin savaşı göze alacağını hesaplayamamıştır. Sovyetlerin kendisine yönelik güç kullanılmasını engelleyeceğini düşünen Irak, krizin diplomatik yollarla çözülmesi için adım atılacağına inanmıştır. Fakat Sovyetler ile yapılan görüşmelerde Irak ihtiyacı olan desteği alamamıştır (Sabah, Gorbaçov-Aziz görüşmesinden bir sonuç çıkmadı, 1990).

Sovyet ve Amerikan liderleri 9 Eylül'de görüşerek krizin barışçıl yollar ile kısa zamanda çözüme kovuşturulması, Irak Saldırganlığa göz yumulmaması, İşgalin şartsız bir şekilde sona erdirilmesi, BM kararlarının kesin şekilde uygulanması gerektiği açıklanmıştır. Bu açıklamayla ABD ve Sovyetlerin Kuveyt İşgali karşısında aynı görüş ve kararlılıkta oldukları ilan edilmiştir (Sabah, Liderler mutabakatı, 1990, s. 21).

Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi daimi üyelerinden olan Fransa, Sovyetler Birliği ve Çin siyasal ve ekonomik ambargonun uygulanarak ve diplomatik girişimlerin başarısız olması durumunda BM şemsiyesi altında askeri bir operasyon gerçekleştirilmesi istemişlerdir. Bu üç daimi konsey üyesinin yaklaşımına rağmen Kuveyt'in işgaline karşı uluslararası bir askeri güzün kullanılmasına yönelik olan kararın alınması için diplomatik girişimlerde bulunmuştur (Efegil, 2002, s. 65-70). ABD'nin diplomatik girişimleri sonucunda Konsey'de veto hakkının kullanılmayacağına yönelik tutum değişikliği yaratılmıştır (Gresh & Vidal, 1991, s. 158). BM

Güvenlik Konseyi Kuveyt'in işgalinden hemen sonra art arada alınan 12 kararda ilk defa veto yetkisi kullanılmamıştır. BM kararları doğrultusunda Irak'ın koşulsuz ve şartsız olarak Kuveyt'ten çekilmesi görüşmelerinin olumsuz sonuçlanması sonucunda 29 Mayıs'ta, Irak'a yönelik olarak güç kullanılmasına izin veren BM 678 sayılı kararı alınmıştır. Çin'in çekimser oy kullandığı karar, Diğer daimi üyelerini evet oyu kullanmasıyla alınmıştır (Arı, 1999, s. 233).

Irak'ın Kuveyt'i işgali Ortadoğu için bir dönem noktasıdır. Bölgedeki olaylar bu tarihten itibaren Arap-İsrail sorunu merkezinde olmaktan çıkmıştır. Irak ve Kuveyt arasındaki krizin işgale dönüşmesiyle birlikte Soğuk Savaşın sona ermesinden sonra gerçekleşen yenidünya düzenin ilk savaşlarından biri olan Birinci Körfez Savaşına neden olmuştur (Hook ve Spanier, 2016, s. 212-213).

2.3. Körfez Savaşı'nın (Çöl Fırtınası Harekâtı) Başlaması ve Gelişmeler

Irak'ın Kuveyt işgalinin sonunda alınan BM kararları ve devletlerarasından gerçekleşen görüşmeler ve yapılan arabuluculuk faaliyetlerine Irak'ın olumsuz cevap vermesi sonucunda BM koalisyon güçleri Amerikalı bir Generalin komutasında 678 sayılı BM Güvenlik Konseyi kararı doğrultusunda 16 Ocak'ı 17 Ocak'a bağlayan gece Irak'a harekât başlatmıştır (Arı, Geçmişten günümüze Ortadoğu, 2004, s. 579). Irak'a karşı hava harekatı ile başlayan ve kısa sürede hava üstünlüğünün yele geçirildiği Çöl Kalkanı operasyonu Çöl Fırtınası, Körfez Savaşı isimlerinin yanında 2003 Amerikan'ın Irak'ı işgalinin ardından 1. Körfez Savaşı şeklinde adlandırılmıştır (Çimen ve Göğebakan, 2007, s. 410).

Irak'ın Kuveyt'i meşru bir dayanağı olmadan işgal etmesi, Kuveyt halkının Irak askeri gücünün ülkeyi terk etmesini istemesi ve Güvenlik Konseyi'nin uluslararası hukukun Irak tarafından ihlal edilmesinin tespit edilmesi ve Kuveyt işgalinin sonlanması ile ilgili olarak alınan BM kararı Körfez Savaşı'nın hukuki açıdan meşru bir müdahale olduğunun göstergesidir. Konsey öncelikle barışın bozulduğunu tespit etmiş, ardından kuvvet kullanılmayan zorlama tedbirlerinin alınmasını sağlamış, üçüncü aşamada abluka ve sınırlı kuvvet kullanımına izin veren BM anlaşmasının ilgili hükümlerine uygun olarak zorlama tedbirlerini uygulamaya geçmiştir. En son aşamada ise Birleşmiş Milletler sisteminin uygun gördüğü güç kullanma mekanizmasına uygun şekilde kuvvet kullanmıştır. BM Güvenlik Konseyin Körfez Savaşı ile ilgili aldığı 678 sayılı kararının hangi BM

Anlaşması maddesine dayandığı konusunda tartışmalıdır. Kuvvet kullanımının 42. Maddeye dayanması Kore savaşı benzeri bir uygulamanın olması durumunu gerektirirken, güç kullanıma yetkisi 51. madde olan meşru müdafaa kapsamında alınmıştır. Bu nedenle koalisyon güçlerinin müdahalesi Birleşmiş Milletler bayrağı altında gerçekleşmemiştir. Meşru müdafaa maddesine dayanarak alınan karar hukuki olarak tartışma yaratmıştır. Çünkü saldırı eylemi gerçekleşmeden önce Birleşmiş Milletlerin meşru müdafaa kararı almasıdır. Körfez savaşında önce karar alınmış ardından saldırı gerçekleşmiştir (Yalçınkaya, 2008, s. 267-269).

Harekât toplamdan 43 gün sürmüştür. 39 günü hava saldırılarından oluşan harekatta ilk olarak Irak'ın askeri gücü zayıflatılmaya çalışılmış ve zayıfladığının anlaşılması üzere kara harekâtına başlanmıştır. Koalisyon güçleri 24 Şubat 1991 tarihinde kara harekâtına başlamış olup Irak'ın Kuveyt'te saldırı anında toplamda 42 tümeni bulunduğu ve bu askeri birliklerin üç kademe şeklinde savunma düzenlediği anlaşılmıştır. Irak'ın Kuveyt'i işgalinin hemen ardından Suudi Arabistan sınırına sığınak yapması ABD başta olmak üzere diğer Batılı ülküler ve Arap devletleri bölgenin güvenliği ve çıkarlarını korumak için Suudi Arabistan'ın çağrısı ile 5 Ağustos itibariyle bir önceki bölümde de detaylandırıldığı üzere bölgedeki askeri varlıklarını artırmışlardır. Birleşmiş Milletler kararlarını uygulamak, bölge güvenliğini sağlamak ve gerektiğinde bölgede çıkabilecek bir savaşa hazırlıklı bulunmak amacıyla ABD liderliğinde sürdürülen ve beş buçuk ay devam eden yığınak harekâtına Çöl Kalkanı adı verilmiştir. 20'den fazla devletin yer aldığı çok uluslu koalisyon güçleri kara, deniz ve hava birliklerinden oluşmaktaydı. Ek olarak ondan fazla ülke koalisyon güçlerine değişik katkılarda bulunmuştur. Bu katkılar lojistik destek, silah yardımı ve benzeri desteklerden oluşmaktadır (Atabay, 2016, s. 182-183).

39 gün süren hava harekatının ardından başlayan 100 Saat Savaşı olarak da isimlendirilen kara harekatının başarılı olmasının ardından Irak koşulsuz bir şekilde ateşkesi kabul etmiştir. BM Koalisyon Gücü 27 Şubat 1991 tarihinde Kuveyt'in başkenti olan Kuveyt City'i ele geçirmişlerdir (Sağlam, 1999, s. 85). Kara Savaşı 4 gün içerisinde sona ermiş Başkentin kurtarılmasının yanı sıra Güney Irak'ın bir bölümü işgal edilmiştir.

Çöl Fırtınası Operasyonun hem hava hem de kara aşamalarında Irak askeri gücü çok fazla direniş gösterememiştir. Irak, koalisyon güçlerine fazla kayıp verdirmese de Suudi Arabistan ve İsrail'e Scud füzesi atmış ve ilgili ülkelerde tedirgin bir bekleyişin yaşanmasına neden olmuştur. Bu füze

saldırılarındaki temel amaç savaşın yönünü değiştirerek Müslüman-Yahudi savaşına çevirmek ve Arap-İslam birliğini arkasına almaktır (K.K. Eğitim ve Doktrin Komutanlığı, 1996, s. 1-7).

Operasyon süresince diplomatik girişimler devam etmiştir. İlk girişim İran Devlet Başkanı tarafından yapılmış, Irak 10 Şubat'ta yapılan bu girişime olumlu bakmadığını açıklamıştır. Yine aynı tarihlerde yapılan bağlantısızlar toplantısında barış sağlanamamıştır. Sovyet Lideri Gorbaçov adım atmış fakat Sovyet planına ABD'nin olumlu bakmaması sonucunda sonuçsuz kalmıştır. Gorbaçov'un planı Irak'ı siyasi zafer kazanış gibi gösterdiği ve uluslararası arenada Irak tarafından bu durumun ABD karşıtı bir propaganda malzemesi olarak kullanılması ihtimalî kabul edilmemiştir (Arı, 2004a, s. 579).

Kuveyt'in başkentinin geri alınması ve Güney Irak'ın işgalinden sonra BM Irak temsilcisi BM kararlarını kabul ettiklerini ve Kuveyt üzerindeki hak iddialarından vazgeçtiklerini açıklamıştır. 27 Şubata Irak'ın açıklamasının ardından Koalisyon Kuvvetleri Komutanı Irak'ın askeri gücünün tehdit yaratmayacak bir seviyeye indirildiğini açıklamıştır (Aykan, 1998, s. 48). Ateşkes anlaşması Suudi Arabistan sınırında yer alan Safven kasabasından imzalanmıştır. Irakla imzalanan ateşkes anlaşmasında koalisyon güçlerinin tüm talepleri Irak tarafından kabul edilmiştir (Arı, 1999, s. 239).

2.4. Irak'a Koalisyon Güçleri Tarafından Yapılan Müdahalenin Sonuçları ve Bölge'de Meydana Gelen Gelişmeler

ABD önderliğindeki BM Koalisyon güçleri Irak'ın kitle imha silahları tesislerini yok etmiş, askeri gücünü minimum düzeye indirmiş ve zaten kötü durumdaki Irak ekonomisinin daha da zayıflatmıştır. Körfez Savaşında yaklaşık 180 bin Iraklı hayatını kaybetmiştir. BM koalisyondan ise 148 kişi hayatını kaybetmiştir. İran-Irak savaşı sonrasında dünyanın 4. büyük ordusu olarak değerlendirilen Irak ordusu Körfez Savaşı sonrasın büyük bir darbe almıştır. Sahip olduğu askeri teçhizat ve silahlarının üçte kişini kaybetmiştir (Arı, 2004b, s. 439). Yukarıda detaylandırıldığı üzere zaten ekonomik kriz yaşayan Irak savaş sonrasında petrol gelirlerini kaybetmiş, sanayi tesislerini, enerji santrallerini ve altyapısı hasara uğramıştır. Aynı zamanda işgücünde önemli bir düşüş yaşamış, tarım ve hayvansal gelirleri ciddi ölçüde azalmıştır (Harp Akademileri Komutanlığı, 1992, s. 7).

Irak'ın Kuveyt'i işgali ve arkasından Körfez Savaşı Irak'a maliyeti yaklaşık 200 milyar dolardır. Kuveyt'in yaşadığı ekonomik kayıp ise ortalama 100 milyar dolarının üzerindedir. Pentagon'un açıklamalarına göre 1. Körfez Savaşı'nın askeri açıdan maliyeti ortalama 75 milyar dolardır. 50-55 milyar dolarlık maliyeti Suudi Arabistan, Japonya, Kuveyt ve BAE karşılarken geri kalan kısmını ABD tarafından karşılanmıştır. Koalisyon güçlerine yapılan katkıların harcaması Amerikan idaresine verilmiştir. Ateşkes Anlaşması uyarınca Irak' yönelik uygulanmakta olan ekonomik yaptırımlar devam edecektir. Ayrıca Irak'ın sahip olduğu tüm kitle imha silahları yok edilecektir. Savaş sonrasında Irak'ın kitle imha silahı geliştirip geliştirmediği BM Özel Komisyonu olan UNSCOM ve Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı olan IAEA tarafından denetlenerek tespiti halinde imha edilecektir (Arı, 2004b, s. 439-440).

Körfez Savaşı sonucunda, devam eden ekonomik ambargo, petrol satışlarını olduğu kadar genel ithalatı da felce uğratmıştır. Ateşkesin imzalanmasından sonra Irak halkının bir kısmı ülkeyi iki büyük savaşa sürükleyen Saddam Hüseyin rejimine karşı ayaklanmıştır (Cleveland, 2015, s. 532). Irak'ın güneyindeki Şii isyanı ile başlayan ayaklanma kısa süre içerisinde Irak'ın kuzeyindeki Kürtlerin isyanıyla devam etmiştir. Her iki bölgedeki isyanlar başlangıçta başarılı olurken, İran yanlısı Şii ayaklanması Irak yönetimi tarafından bastırılmıştır. Ardından Kuzey Irak'ta geniş çaplı bir operasyon başlatan Saddam Hüseyin rejimi yaklaşık 200 bin Kuzey Iraklıyı katletmiş, 250 bin Kürt ve Türkmen'i Türkiye sınırına yığmıştır. Türkiye sınırını tamamen açmamış ve sınırdaki Iraklıların ihtiyacı olan gıda ve sıhhi yardımlarda bulunmuştur. İncirlik'ten Amerikan nakliye uçaklarının yaptığı havadan yardımın ardından sığınmacılar Türkiye'ye geçmeye başlamıştır. Iraklı Sığınmacıların ülkelerine dönüşünü sağlamak için ABD, 12 Nisan 1991 tarihinde Kurtarma Operasyonu adıyla bölgeye 8 bin ABD askeri göndererek, Kuzey Irak'ta güvenlik bölgesi oluşturmuştur (Atabay, 2016, s. 185-186). Kuzey Irak'ta Saddam Hüseyin rejimi tarafından kimyasal silah kullanılarak gerçekleştirilen Halepçe Katliamı uluslararası kamuoyunda büyük bir tepki yaratmıştır. Irak Rejimin BM kararıyla girmesini yasakladığı 36. ve 33. Paraleli sınırın olarak kullanıldığı bir bölgenin oluşturulması rejimin Irak'ın tamamı üzerindeki otoritesini zayıflatmıştır (Yalçınkaya, 2008a, s. 270).

Körfez Savaşı ardından bölgede yaşanan gelişmeler hem Ortadoğu'daki hem de Uluslararası arenadaki dengelerin yeniden oluşmasına neden olmuştur. Bölgedeki güçlü bazı aktörlerin etkisi azalırken, bazıları daha aktif bir şekilde bölge siyasetin rol almaya başlamıştır. ABD, bölgede

yaşanan güç boşluklarını doldurarak bölgesel politikaların temel belirleyicisi olmuştur (Arı, 2000'li yıllarda basra körfezi'nde güç dengesi, 1999, s. 246). Soğuk Savaşı hemen ardından gerçekleşen Körfez savaşı uluslararası sistemin yeni yapısıyla ilgili birtakım beklentilerin doğmasına neden olmuştur. Güvenlik Konseyi veto mekanizması aşılarak Birleşmiş Milletler mekanizmasının çalışması, uluslararası kamuoyunda Birleşmiş Milletlere yönelik beklentilerin yükselmesine neden olmuştur. Bu çalışmasının konusu olmayan 2003 Irak Savaşı ise BM kuvvet kullanma mekanizmasına yönelik bir hayal kırıklığına neden olmuştur (Yalçınkaya, 2008a, s. 270).

Otuz üç devletin BM Koalisyon kuvvetlerine dâhil olduğu 1. Körfez Savaşı medya kuruluşlarının yer aldığı, algı yönetimi ve dezenformasyon faaliyetleriyle uluslararası kamuoyunu etkilediği ilk savaştır (Yalçınkaya, 2008a, s. 269). Yaklaşık 200 bine yakın Iraklının hayatını kaybettiği 1. Körfez Savaşı'nı esnasında algı yönetimi faaliyetleriyle uluslararası kamuoyunda hiçbir kanın akmadığı, ordular arası bir savaş yerine bir teknoloji savaşı olarak gösterilmeye çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde Birinci Körfez Savaşı'nda ABD'nin yürüttüğü istihbarat ve algı yönetimi faaliyetleri ele alınacaktır.

3. BÖLÜM: Birinci Körfez Savaşı'nda ABD'nin Yürüttüğü İstihbarat ve Algı Yönetimi Faaliyetleri

Birinci Körfez Savaşı savaş tarihi, siyasi tarih ve iletişim teknolojisi açısından bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir. Körfez Savaşı, propaganda ve psikolojik savaş tarihi açısından değerlendirildiğinde kamuoyunun oluşturulması, zihinlerin ve savaşın yönlendirilmesi açısından, başta ABD istihbaratı olmak üzere istihbarat örgütlerinin propaganda faaliyetlerini kullanımında dönüşüm ve değişimin yaşandığı bir savaştır. Bir enformasyon savaşı[2] olarak nitelendirebileceğimiz Körfez Savaşı, kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun uluslararası kamuoyu oluşturmada ve düşman kuvvetlerine karşı yürütülen psikolojik harekâttaki gücünü ortaya koymaktadır. Gerek ABD istihbaratı gerekse Irak istihbaratı, kamuoyunu yönlendirmek, savaşın gidişatını belirlemek ve savaşın meşruluğunu kanıtlamak amacıyla algı yönetimi faaliyetlerinde bulunmuşlardır.

Konvansiyonel savaşların yoğunluğunun azalmasıyla psikolojik harekât ve propaganda faaliyetleri iletişim teknolojisinin değişimiyle birlikte tek yönlü olmaktan karşılıklı olmaya evrilmiştir. İstihbarat faaliyetlerinin tehdit ve fırsatları öngörebilme niteliği bağlamında algı yönetimi faaliyetleri sürdürmek ulusal güvenliğin gereklilikleri arasında değerlendirilmektedir. Yukarıda detaylandırıldığı üzere ilk defa ABD Merkezi Haber Alma Teşkilatı (CIA) tarafından kullanılan algı yönetimi kavramı algılamayı yönetmek amacıyla ABD'nin siyasi kararlarını hem Amerikan halkı hem de uluslararası kamuoyunca benimsenmesi hedefiyle kullanılmaya başlanılan bir yöntemdir. 1. Körfez savaşında kullanılan psikolojik hareket ve propaganda faaliyetleri de

[2] Bilgi üzerinde kontrol için verilen savaşa enformasyon savaşı denilmektedir. Enformasyon savaşı, düşünce ve epistemolojiyle ilgilidir diğer bir deyişle insanların düşünce ve karar alma şekillerini kontrol altına almak için gerçekleştirilen savaştır. Enformasyon savaşı sadece askeri olmayan total bir niteliğe sahiptir. Enformasyon savaşı sadece güdümlü bir füzenin hedefine kitlenmeden önce düşman tarafın savunmada kullanacağı iletişim sistemlerinin kullanılmaz hale getirilmesi olmayıp kitleler ve zihinler üzerinde hakimiyeti sağlamak amacıyla geliştirilen bir savaş ifade etmektedir. Enformasyon savaşını anlamak için sivil ve askeri enformasyon savaşı şeklinde iki ayrılarak incelenebilir. Çünkü sivil ve askeri enformasyon savaşlarında temel amaç hedef kitlenin karar alma süreçlerini etkilemek olmakla birlikte kullanılan teknik ve araçlar birbirinde oldukça farklıdır. Sivil enformasyon savaşı hedef kitlenin algı sistemi yönetmek için yapılan faaliyetlerdir. Hedef kitlenin veya toplumun nasıl düşünmesi, hissetmesi, karar vermesi hedeflenmişse bu sonucu elde etmek için insan aklı ve vicdanına karşı algı sistemini ele geçirerek yönlendirmek için girişilen mücadele sivil enformasyon savaşıdır. Bilgiyi veren algıyı kontrol eder ilkesi üzerinden sivil enformasyon savaşı hedef toplumun gerçeği nasıl algılaması gerekiyorsa o tür bilgilerin bombardımanı hedef kitle üzerinde gerçekleştirir. Sivil Enformasyon savaşının en temel boyutlarından biri algı yönetimidir. Askeri enformasyon savaşı düşman tarafın savaş alanındaki yerinin, hangi operasyonun ne zaman gerçekleştirilmesi gerektiğinin saptanması, düşmanı tek darbe ile vurmaya yetecek bilgiyi elde etmek ve düşmanın enformasyon sistemlerinin etkisiz kılmak ve kendi sistemlerini korumak şeklinde tanımlanabilir. Detaylı bilgi için bkz. (Özdağ, 2018, 191-208).

dönüşerek karşılıklı olarak uygulanan yeni nesil bir kavram olan algı yönetimi kavramı ile açıklanabilir. Çalışmanın bu bölümünde Amerikan istihbaratının psikolojik savaş ve propaganda faaliyetleri, algı yönetimi kavramsal çerçevesi bağlamında değerlendirilecektir. İlk olarak Irak'ın Kuveyt'i işgali ve uluslararası müdahaleye kadar olan ki süreç içerisinde yürütülen propaganda faaliyetleri ele alınacak, ardından ABD'nin kamuoyunu etkilemeye yönelik ve uluslararası müdahale esnasında sürdürülen propaganda faaliyetlerine değinilecektir.

Birinci Körfez Savaşı, CIA ve Amerikan ordusu arasındaki ilişki açısından bir dönem noktasıdır. Günümüzde CIA ve ordu arasında her zaman yakın bir olduğu algısı söz konusudur. Kurlusundan bu yana CIA ve ordu arasında huzursuz bir ilişkisi vardır. Soğuk savaş süresince CIA ve ordu arasındaki ilişkiler çelişkili analizler sebebiyle periyodik olarak gerilmiştir. Soğuk savaşın zona ermesinin ardından iki Amerikan kurumu arasındaki ilişki daha sağlam bir temele oturmuştur. Körfez savaşıyla birlikte giderek artan teknoloji odaklı savaş ile ordunun istihbarati faaliyetlere yönelik ihtiyacı artmıştır. Aralarındaki bağlantı eksikliklerini gidermek amacıyla 1992'de Askeri İşler Ofisi kurularak kurumsal bir çaba harcanmıştır (Russell, 2002b).

CIA'nin Körfez Savaşında yanlış istihbarati bilgiler verdiği savaş sonrasında sıklıkla politika yapıcılar tarafından belirtilmiş olmakla birlikte CIA'nin faaliyetleri analiz edildiğinde Irak'ın Kuveyt'i işgali günler öncesinden bildirilmiş, olası bir Irak saldırısı ardından Suudi Arabistan'a yönelik tehdidi iyi şekilde ölçülmüştür. CIA aynı zamanda Russell'de çalışmasında belirttiği üzere Saddam'ı Kuveyt'ten çekilmeye zorlayan uluslararası yaptırımların etkisizliğini doğru bir şekilde değerlendirmiştir. Ayrıca Amerikan istihbaratı Irak'ın balistik füze kapasitelerini yakından takip ve yetkililerle paylaşmıştır. Körfez krizinde Amerikan istihbaratı pratikte tabur seviyesine kadar istihbarat tüketicilerine yol gösterirken, Irak istihbaratı doğru stratejik istihbarati bilgiye sahip olmamıştır (Russell, 2002a).

3.12. ABD'nin Irak'ın Kuveyt'i İşgali ve Uluslararası Müdahaleye Kadar Kamuoyu Algısını Yönlendirmek İçin Kullandığı Algı Yönetimi Faaliyetleri

Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesinin ardından Amerikan yönetimi, bu işgale karşı çıkarak yaptıkları her düzeydeki açıklamada Irak'ın koşulsuz bir şekilde geri çekilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Amerikan yönetimi, işgalin ardından aktif bir politika izleyerek, askeri bir müdahaleyi haklı

çıkartmak amacıyla propaganda ve psikolojik harekât faaliyetleri yürütmüşlerdir. Amerikan savaş propagandası ilk olarak Amerikan kamuoyunun bölgedeki krizin aşılması için kesinlikle askeri müdahalenin yapılması gerektiği konusunda bir algı yaratılmasında kullanılmıştır. Amerikan kamuoyu Vietnam savaşında yaşadığı askeri kayıpların acısının halen taze olduğu dönemde Amerikan askerinin Ortadoğu'ya gönderilmesini başlangıçta istememiştir. Bu nedenle ABD işgal sonrasında ABD'nin bölgeye yapacağı askeri müdahalenin haklı gösterileceği temalar üzerinde yoğunlaşmıştır (Mutlu, 2003, s. 309-312).

ABD yönetimi, işgalin hemen ardından bölgeye sevk ettiği askeri birliklerin müdahale amacıyla değil bölgenin olası bir Irak saldırısından daha korunması amacıyla gönderdiğini vurgulamıştır. Dönemin Amerikan Başkanı Bush, Suudi Arabistan'a gönderilen askeri birliklerin, Irak'ı saldırgan politikalarından caydırmak ve Suudi Arabistan'ın savunması hedefi ile gönderildiği açıklamıştır. Bush açıklamasında Irak lideri Saddam Hüseyin'in Kuveyt işgalinden önce işgal etmeyeceğini açıklaması ve işgalin hemen ardından yaptığı açıklamasında ise birlikleri hemen Kuveyt'ten çekeceğini ifade etmesine değinerek, Saddam Hüseyin'in güvenilmez bir lider olduğunu gösterecek algı yönetimi faaliyetlerinde bulunmuştur (Harp Akademileri Komutanlığı, 1990, s. 34).

Basra Körfezinde askeri müdahaleyi gerekli gören ve bu konuda karalı olan ABD, bölgedeki petrol yataklarının kontrolü ve Sovyet dağılma sürecinin başlamasının ardından bölgeye kalıcı bir şekilde yerleşmek amacıyla Irak ABD Büyük Elçisi April Glaspie aracıyla, Irak'ın olası bir işgaline ses çıkartmayacağı izlenimini vermiştir. Irak'ın Kuveyt işgali bilmesine rağmen işgali önlemek adına Irak'a uyarıda bulunmamıştır. Bu durum 1. Körfez Savaşı ile ilgili yapılan çalışmalarda sıklıkla ortaya konulmuş, ABD'nin Körfez'e kalıcı olarak yerleşmesi için meşru bir bahane olarak kullanabileceği Körfez Savaşına bir bahane oluşturduğu vurgulanmıştır. Bölgede yaşanın krizden ABD, askeri müdahaleye engel teşkil edebilecek barışçıl çözümlerin bulunmasına karşılık olarak algı yönetimi faaliyetleriyle, tüm propaganda araçlarını kontrol altına alarak krizi yönetmiştir (Mutlu, 2003, s. 310).

Kuveyt'in Irak tarafından işgal edilmesinin ardından askeri müdahalede bulunmak amacıyla aktif bir politika güden ABD, Irak'a karşı yapılacak olan bir askeri müdahalenin ABD'nin Vietnam'da yaşadığı yenilgi gibi sonuçlanmayacağına yönelik propaganda faaliyetlerinde bulunmuştur. Basra Körfezinde ABD'nin yeni bir savaşa yönelik attığı adımlar değerlendirildiğinde Amerikan

kamuoyunda oluşan Vietnam Sendromunu aşmak amacı öncelik taşımaktadır. ABD'nin Vietnam'a girişi bilinçli olmayıp, başlangıçta medyanın etkisiyle kamuoyunun verdiği destek zaman içerisinde verilen büyük askeri kayıpların ardından azalmış, Vietnam'da savaş tarihi açısından dramatik bir yenilgi yaşamıştır. ABD gibi bir süper gücün Vietnam karşısında almış olduğu yenilgi, bir itibar kaybına yol açmıştır. Soğuk Savaşın sonlanıp yenidünya düzenin kurulduğu bu dönemde, uluslararası arenada yeniden eski saygınlığına ulaşması ve kendine tekrar güven duyabilmesi için yeni bir savaş kazılması gerektiği düşüncesi ABD tarafından önemli görülüyordu (Mutlu, 2003, s. 311).

Vietnam sendromunun aşılması ve Irak'a yapılacak askeri harekâta yönelik tutumun değiştirilmesi amacıyla ABD yönetimi olası savaşın Vietnam savaşı gibi sonuçlanmayacağına yönelik propaganda faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Amerika başkanı Bush Kuveyt krizinin başlangıcından itibaren Irak'a karşı yapılacak askeri müdahaleden bahsederken konuşmalarında bu krizin yeni bir Vietnam olmayacağını sıklıkla vurgulamıştır (Timur, 1996, s. 286). Örneğin Amerikan Başkanı 16 Kasım 1990'daki açıklamasında "Körfez Amerikan askerleri içi yeni bir Vietnam olamayacaktır." şeklinde vurgulamamıştır. Ayrıca ABD Genel Kurmay Başkanı ve Amerikan birlikleri başkomutanı 'da yaptıkları açıklamalarda Vietnam'da yaşanılan durumun Irak askeri müdahale olmayacağı konusunda Amerikan kamuoyuna güvence vermişlerdir. Yapılan algı yönetimi faaliyetleriyle Amerikan kamuoyunun algısında yeni bir savaşa girmenin toplum hafızasında yer eden Vietnam savaşı gibi sonuçlanacağı düşüncesi aşılmaya çalışılmıştır. ABD yönetimi yanı sıra Vietnam sendromunun aşılması ve kamuoyu desteği için medyada konu defalarca işlenmiştir. Amerikan halkının zihinlerinde kilit bir role sahip olan Vietnam meselesinin aşılması körfez algı yönetimi faaliyetleri için önemliydi. Özgürlük Formu tarafından gerçekleştirilen bibliyometrik çalışma, medyada yer alan 01 Ağustos 1990-28 Şubat 1991 arasında yayınlanmış haber kaynağını inceleyerek Vietnam kelimesinin diğer kelime ve terimlere oranla sayıca fazla kullanıldığı gösterilmiştir. Vietnam sendromu, başlangıçta olumsuz bir metafordu ancak Amerikan kamuoyunu üzerinde bu kötü deneyinim bir daha yaşanmayacağı algısını oluşturmayı amaçlayan güçlü bir propaganda kampanyasını temelini oluşturmaktadır. "Savaşı desteklemeseniz bile cephedeki askerleri destekleyin.", "Bu sefer kazanmak için savaşacağız.", "Minnetimizi askerlerimizi karşılayarak gösterilerim." gibi propaganda söylemleri Amerikan kamuoyunun askeri müdahaleye desteği için sıklıkla kullanılmıştır (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 337-338).

Irak'ın Kuveyt işgalinin hemen ardından ABD tarafından yürütülen propaganda faaliyetlerinden bir diğeri ise Irak lideri Saddam Hüseyin'in Hitler ile özleştirilmesidir. Saddam Hüseyin yeni Hitler olduğu söylemiyle ABD yönetimi en kısa zamanda Hüseyin'in önünün kesilmesi gerektiği düşüncesinin uluslararası kamuoyunda oluşturulmasını sağlamaktır. Bu imgelem sayesinde Irak lideri eskiden gelen hafıza ile canavarlaştırılmaya ve itibarsızlaştırılmaya çalışılmıştır. Bu propaganda sayesinde Hitler benzeri bir lider olan Saddam Hüseyin ile anlaşılamayacağı ve durduramayacak kadar zalim bir lider olduğu bu nedenle müzakere yolunu tercih etmeden uluslararası kamuoyunun askeri müdahale yanlısı bir tutum almasını sağlamaya çalışmışlardır. Diğer bir ifadeyle Faşist Almanya gibi komşusu olan ülkenin egemenliğini hiçe sayarak Irak, bölgeyi tehdit eden bir güce ulaşmıştır (Özkaya, 1997, s. 574).

Irak' askeri müdahaleden önce Irak lideri Saddam Hüseyin tarafından ele geçirilen rehineler propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Irak'ı Kuveyt'i işgal etmesinin ardından BM Güvenlik konseyi tarafından alınan ambargo kararına cevap olarak ülkede bulunan yaklaşık 10 bin Batılının Irak dışına çıkmasına yasak getirmiştir. Koalisyon devletlerinin bölgedeki askeri birliklerinin geri çekmemesi halinde rehineleri askeri hedeflere yerleştireceğini açıklamıştır. Bu durum ABD propaganda yapıcıları tarafından kullanılarak bir kamuoyu desteğine dönüştürülmüştür. Uluslararası kamuoyunda yapılan bu açıklamanın üzerine gerçekleştirilen algı yönetimi faaliyetlerinin yardımıyla Irak'a duyulan nefret artmıştır. Irak'ın bu açıklaması Irak liderinin Hitler ile özdeşleştirilmesi metaforunu daha fazla güçlendirmiştir. Propaganda araçları sayesinde bu durum sürekli gündemde tutarak Saddam Hüseyin'e yönelik olarak yaratılan karşıtlık pekiştirilmiştir. İran savaşında Saddam Hüseyin'le ilgili uluslararası kamuoyunda yaratılan Ortadoğu'nun Bismarck'ı imajı yerini deli, çılgın ve Hitler benzetmelerine bırakmıştır. Saddam Hüseyin'in işlediği cinayetler anlatılmış ve Irak lideri için psikiyatri komisyonları raporlar düzenlemişledir (Timur, 1996, s. 300).

Saddam Hüseyin, rehineler konusunda gerçekleştirilen başarılı propaganda faaliyetleri üzerine rehineler konusundaki yanlışlığını fark ederek geri adım atmak istemiştir. Üç aylık bir sürecin sonucunda rehineler serbest bırakılsa da Çöl Fırtınası operasyonun gerçekleşmesine engel olmamıştır. Uluslararası kamuoyunun askeri müdahale yönelmesinde rehineler konusunu önemli bir yer tutmaktadır (Arnett, 1999, s. 498).

Irak lideri Saddam Hüseyin'in uluslararası kamuoyu gözünde itibarsızlaştırmasıyla ilgili olarak kullanılan bir diğer propaganda ise Nayirah Olayıdır. 10 Ekim 1990 tarihinde Kuveyt'li bir genç kız olan 15 yaşındaki Nayirah, Iraklı askerlerin 15 tane yeni doğmuş bebeği Al-Adan hastanesindeki kuvözlerinden alıp soğuk zemine ölmeleri için bırakıldığını iddia etmiştir (Jowett & O'Donnell, 2017, s. 342). Bu haber medya aracıyla tüm uluslararası kamuoyuna yayılmıştır. Bu propaganda söyleminin kökeninde Almanların 2. Dünya Savaşı yıllarında Belçikalı bebeklerin havaya atıp süngü ile yakalaması hafızası yer almaktadır. Bu propaganda çalışmasındaki amaç müzakere ve benzeri diplomatik girişimler yerine biran önce askeri müdahalenin yapılmasının gerekli olduğu algısının oluşturulmasıdır (Kellner, Reading the Gulf War, 1995, s. 206).

Nayirah'ın kimliği Kuveyt'in işgal altında olması nedeniyle ailesi ve kendisinin zarar görmemesi adına saklı tutulmuştur. Ancak 6 Ocak 1992 tarihinde John R. MacArthur, Nayirah'ın kimliği açıklamıştır. Nayirah aslında ABD Büyükelçisi ve kraliyet ailesi üyesi olan Suad Nasir al-Sabah'ın kızı olduğu New York Times gazetesinde yer almıştır. Körfez Savaşının sona ermesinin ardından Ortadoğu İzleme Örgütü ve Uluslararası Af Örgütünün yaptığı inceleme sonucunda Nayirah olayının yaşandığına dair kanıt bulunamamıştır. Zulüm hikâyeleri uluslararası kamuoyunun askeri müdahaleye olan yaklaşımının değişmesinde büyük bir etkiye sahiptir. Ölü bebekler, propagandası zulüm hikâyesinin bir parçası olarak kamuoyunun algısını değişmesinde bir dönüm noktası olarak görülmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 343).

29 Kasım 1990'da Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde alınan 678 sayılı karar ile Irak'ın Kuveyt işgalini 15 Ocak 1991 tarihine kadar sonlandırması için süre tanınmış ve sonlandırmadığı sürece yapılacak herhangi bir müdahalenin önü açılmıştır. Güvenlik Konsey'inde alınan kararın ardından ABD ve uluslararası kamuoyunda savaş karşıtı söylemler ve hareketlenmeler yaşanmıştır. Kamuoyunda oluşan savaş aleyhtarlığının asıl sebebi uzmanların Irak'a karşı yapılacak bir müdahalenin kolay olmayacağı ve 6 ay kadar bir sürede yaklaşık 9 bin zayiat verileceği yorumlarıdır. Atom uzmanlarının yaptıkları, Irak'ın tahmin edildiğinden daha kısa bir zamanda nükleer silaha sahip olabileceği açıklamasının ardından kamuoyunun tutumunun değişmesine neden olmuştur (Timur, 1996, s. 286).

ABD propaganda faaliyetleriyle Irak'ın kısa bir süre içinde nükleer bombaya ulaşabilecek güce sahip olduğu kamuoyunda algısı oluşturulmuştur. Birinci Körfez Savaşındaki bilim insanları, gazeteciler ve askeri subaylar tarafında savaşa dair pek çok açıklaması istihbaratın nasıl

kullanıldığının anlaşılması ve algı yönetimini analiz edilmesinde önemli bir pencere açmaktadır. (Russell, 2002a, s. 193). Alman Bilim insanı olan Bruno Stemmler Irak 1980'lerdeki Irak ziyaretindeki gözlemlerinden hareketle The Sunday gazetesindeki haberde gezdiği tesislerin nükleer bomba yapımına uygun bir donamına sahip olduğu vurgulanmıştır. Büyük yankı uyandıran haberin arından Irak'ın 6 ay içerisinde nükleer bomba üretebileceği, atom bombası üretmek için kullanılması gereken uranyumu Türkiye sınırında aradığına yönelik haberler iletişim araçlarıyla yayılmıştır (Harp Akademileri Komutanlığı, 1991, s. 82). Bu propaganda söylemi aracıyla kamuoyunun Irak'a askeri müdahale yanlısı bir tutum almaları sağlanmıştır. Bu propaganda söyleminin oluşturulmasının temelinde yapılan anketlerde Amerikan kamuoyunun kontrol dışı nükleer silah kullanma potansiyelini tehdit olarak algılandıklarının saptanması yatmaktadır. Kasım 1990'da yapılan kamuoyun yoklamalarında Saddam Hüseyin'in nükleer silah geliştirmeden önce askeri müdahale yapması gerektiği yüzde 54'den fazla Amerikalı tarafından gerekli görülmektedir (Giritli, 1991, s. 19).

Irak'ın Kuveyt işgalinin hemen ardından dünya petrolünün önemli bir kısmına sahip olan Suudi Arabistan sınırına Irak askerinin yığıldı ve ülkeyi işgal için hazırlıkların yapıldığına yönelik olarak propaganda faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Propaganda faaliyetlerinin yürütülmesinin temelinde Suudi Arabistan'ın, Amerikan askerlerinin ülkelerine gelmelerine sıcak bakmaması ve bu algının değiştirilmesi düşüncesi yatmaktadır. Amerikan askeri birliklerinin bölgeye yerleştirilmesinde kamuoyunun iknası önemli bir yer tutmaktadır. 1. Körfez Savaşı'nın ardından yapılan araştırmalarda Irak'ın Suudi Arabistan'ı işgali gibi bir niyetinin olmadığı çünkü sınırında ülkeyi işgal edebilecek büyüklükte bir asker sayısının bulunmadığı saptanmıştır (Kellner, The Persian gulf tv war revisited, 2004, s. 3). Suudi Arabistan'ın ABD ile olan ilişkileri ve Kuveyt' göre daha iyi bir askeri donanıma sahip olduğu bilen Irak, İran-Irak Savaşında 60 km içeri girebilmişken Suudi Arabistan petrol rezervleri sınırdan 300 km uzak olması biliyor olması böyle bir işgal girişiminin olmayacağının en net göstergelerini oluşturmaktadır. Suudi Arabistan'a işgal girişimine yönelik olarak ciddi bir gösterge olmamasına rağmen ABD, ülkeye askeri güç gönderilmesinin önünü açacak olan propaganda faaliyetlerini devam ettirmiştir. Medya bu propaganda söyleminin yayılmasında aktif bir şekilde kullanılmıştır. Dönemin CIA başkanı verdiği bir mülakatta Irak'ın durdurulmaması durumunda bölgedeki başka devletleri işgal etmesinin sonuçlarının çok kapsamlı olabileceğini belirtmiştir. Bölge devletlerini işgal etmese de bölge devletlerini denetimi altına alabileceğini vurgulamıştır. Irak'ın bu denli savaş yanlısı

olmasını sahip olduğu büyük ordu ve onu kullanmaya dair isteği olarak belirtmiştir (Ergil, 1990, s. 40).

ABD Başkanı Bush'un Suudi Arabistan'a asker gönderileceğini kamuoyuna açıklamadan hemen önce Amerika dışişleri başkanlığı yetkililerinden Joseph Wilson'un Saddam Hüseyin'le yaptığı görüşme açıklanmıştır. Hüseyin'in saldırgan tavrını devam ettirdiği, Suudi Arabistan'ın Irak'ın ülkeden geçen petrol botu hattını kapatması durumunda Suudi Arabistan'ı işgal edebileceklerini söylediğini açıklamıştır (Kellner, Reading the Gulf War, 1995, s. 202). Görüşmenin detayları incelendiğinde görülmektedir ki Hüseyin samimi söylemlerde bulunarak sorunun müzakereler aracıyla çözülmesini istemektedir. Görüşmede Suudi Arabistan'a yönelik bir ilhak niyetinin olmadığını ve soruna diplomatik açıdan çözüm bulmak istediğini belirtmiştir. Fakat yapılan propaganda çalışmaları kamuoyuna Irak'ın niyetini farklı bir şekilde olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin Washington Post gazetesinin manşetten girdiği haberde Kuveyt ve olası Suudi Arabistan işgalinin petrol kaynaklarını ele geçirmek için başlattığını öne sürerek bu hedefine ulaşmasını ancak Irak'a güç kullanarak engellenebileceği yer almaktadır (Kellner, Reading the Gulf War, 1995, s. 203). Gazeteler bu örnekten anlaşılacağı üzere propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

Propaganda faaliyetleriyle bu konu sürekli olarak kamuoyu algısında inşa edilmiştir. Propaganda faaliyetleri devam ederken ABD, Suudi Arabistan sınırına 100 binden fazla asker yığdığını ifade etmiştir. Suudi Arabistan yetkililerinin sınırdaki Iraklı askerlerin sayısının ABD'nin tahmin ettiği büyüklükte olmadığı söylese de ABD bu birliklerin öncü birlikler olduğunu ve keşif için gelindiğini belirtmişlerdir. Keşif birlikleri olduğu propagandasını ABD, sahte uydu fotoğraflarıyla desteklemiştir (Karaşahan, 2003, s. 128). Uydu fotoğraflarının sahte oldu, Sovyet uydusundan çekilen sınır görüntülerin anlaşılmıştır. Görüntülerde Suudi Arabistan sınırındaki ırak asker sayısı ABD'nin açıkladığının dörtte biri kadardır (Kellner, The Persian gulf tv war revisited, 2004, s. 7).

ABD'nin gerçekleştirdiği propaganda faaliyetlerinde medyanın büyük oranda desteği söz konusu olmuştur. ABD'nin gerçekleştirdiği başarılı algı yönetimi faaliyetleriyle Suudi Arabistan kendilerinin savunması için ABD askerlerin ülkelerine gönderilmesine razı olmuşlardır. Amerikan başkanın 8 Ağustos 1991 tarihinde yaptığı açıklamada Suudi Arabistan'ın kendilerinden yardım istediğini vurgulayarak, Suudi Arabistan'a asker gönderme kararı aldıklarını açıklamıştır (Salinger ve Laurent, 1991, s. 110).

3.13. Birinci Körfez Savaşı'nda Yürütülen Propaganda Faaliyetleri: Metafor ve İmgelerin Kullanımı

Birinci Körfez Savaşı müttefik kuvvetlerin uçaklarının Irak'a saldırmasının ardından 43 gün sürerek 28 Haziran 1991 tarihinde sonlanmıştır. 43 günlük mücadele propaganda analizcilerinin, kamuoyu araştırmacıların, savaş ve strateji uzmanlarının odak noktası haline gelmiştir. Birinci Körfez Savaşı aslında Irak'ın Kuveyt'e işgali ile başlamış, gerçek muhaberelerin olmadığı 5 ay süresince uluslararası kamuoyu çatışmanın her iki tarafının propaganda yağmuruna tutulmuştur (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 336). Koalisyon güçlerinin Irak'a müdahalesi ilk gerçek teknolojik savaşı olarak literatürde tanımlanmaktadır. Birinci Körfez Savaşı süresince çatışma alanında yaşananlar ABD'nin planladığı şekilde ve ölçüde kamuoyuna yansıtılmıştır. Savaş CNN Muhabiri Peter Arnett tarafından Bağdat'ta bulunan El Reşit otelinde bulunan teknik düzenekler vasıtasıyla anında tüm dünyaya aktarılmıştır. Diğer bir ifadeyle Savaş istenildiği ölçüde, medya aygıtlarıyla uluslararası kamuoyuna yansıtılmıştır (Uyar, 2021, s. 302-303).

Körfez Savaşındaki propaganda faaliyetlerinin temel hedeflerinden biri propaganda yapıcının ideolojisini hem kendi kamuoyuna hem de karşı tarafa kabul ettirmektir. Bu nedenle Körfez Savaşındaki propaganda faaliyetleri irdelenirken ideolojik hedeflerinin analizini yapmak gereklidir. Çünkü propaganda faaliyetleri ancak ideolojik arka planın saptanmasıyla anlam kazanmaktadır. Propaganda yapısı olan ABD'nin ana ideolojisi serbest girişim yanlısı ekonomi ve katılımcı demokratik bir siyasal yapıya dayanmaktadır. En önemli ideolojik kavram olarak özgürlük kelimesi karşımıza çıkmaktadır. Irak, Müttefik devletler ve kendi kamuoylarına yönelik propaganda faaliyetlerinin temel ideolojik yaklaşımı, haksız bir işgal, işgal edilen yerdeki toplumun demokratik haklarını tanımaya bir düşmanla savaştığıdır. ABD savaş öncesinden itibaren başlayarak savaş boyunca totaliter Irak yönetiminin, özgürce seçilmiş demokratik Kuveyt devletini yok etme iddiasında olduğunu algısını kamuoyunda oluşturmaya çalışmıştır. ABD kaynakları Kuveyt'teki demokrasi sorunlarına savaş boyunca neredeyse hiç değinmemiştir. Körfez Savaşının ardından alınan zaferin ardından Kuveyt'e demokrasinin gelmemesi bunun bir propaganda çalışması olduğunun kanıtı niteliğindedir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 336).

Birinci Körfez Savaşı ABD propaganda faaliyetlerinde bir diğer vurgulanması gereken haklı savaş, meşru savaş kavramlarına başvurulmasıdır. Meşru savaş kriterlerine uygun bir savaş olduğu yönünde propaganda yapılmıştır. Meşru savaş olabilmesi için öncelikle savaşın haklı bir nedeni ve

meşru bir amacı olması gerekir. Savaşa meşru bir otorite karar vermeli ve savaşın kazanılma ihtimali olmalıdır. Savaşa son çare olarak başvurulmalı ve gereğinden fazla kuvvet kullanılmamalıdır. Yukarıdan da anlaşılacağı üzere Birinci Körfez Savaşı haksız bir işgali önlemek ve Irak halkını diktatör bir rejimden kurtarmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Amaç algı yönetimi faaliyetleriyle kamuoyu tarafından kabul edilmiştir. Ayrıca propaganda faaliyetleriyle BM Güvenlik Konseyinin aldığı karar doğrultusunda müdahale gerçekleştirileceği ve olası bir savaş durumunda savaşın kazanılmasının mümkün olduğu algısı inşa edilmiştir. Savaşa son ana kadar başvurulmadığı ancak Irak yönetiminin durdurulmak zorunda kalındığı propagandası yapılmıştır. Aşağıda detaylandırılacağı üzere gerçekleştirilen müdahale ile ilgili olarak gereğin fazla güç kullanılmadığını gösterecek kanıt ve argümanlar savaş süresinde kamuoyuna sunulmaya çalışılmıştır (Mutlu, 2003, s. 175).

Irak tarafı ise bölgenin tarihi kökenlerini hedef alan, Arap Birliği fikrini yayarak Ortadoğu'da batı etkisini ortadan kaldırma isteğine odaklı ideolojik bir propaganda kullanmıştır. Medyanın dikkatini çekmek amacıyla Irak, Kuveyt'in Irak petrolünü bilinçli bir şekilde çaldığını, Kuveyt'in Irak'ın tarihsel olarak bir parçası olduğu, ABD'nin Müslüman topraklarına girmeye çalışan istilacı kâfirler olduğu ve bu kâfirlere karşı cihat savaşı açtığı temalarını kullanmıştır. Bu temalarla bölgedeki İsrail karşıtlığını körükleyerek Arap Birliği düşüncesinden hareketle destek bulmaya çalışmıştır (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 337).

Uluslararası müdahalenin başlamasıyla birlikte algı yönetim faaliyetlerini devam ettirmek için medya o güne kadar hiç görülmeyen ölçüde etkin bir rol oynamıştır. Savaş tarihinde ilk defa savaş canlı olarak yayınlanmıştır (Atabek, 1995, s. 194). Kuveyt'in işgal edilmesiyle birlikte medyanın Ortadoğu'da gelişen olaylara ilgisi yoğunlaşmış ve basın mensupları bölge ülkelerine gitmişlerdir. Başta Koalisyon Kuvvetlerinin karargâhı olan Darhan şehri ve Suudi Arabistan'da yaklaşık 1600 gazeteci görev almıştır (Fox, 1995, s. 135-159). ABD, Vietnam Savaş'ında basın mensuplarının serbestçe haber yapması savaşı olumsuz etkilemiş ve kamuoyu desteği kaybetmiştir. Bu tecrübeden hareketle Birinci körfez Savaşında, savaş güvenliği neden olarak gösterilerek gazeteci hareketlerini ve basın faaliyetlerini kısıtlamış ve kontrol altına almıştır.

Koalisyon Kuvvetlerinin başını çeken ve en güçlü paydaşı olan ABD sadece siyasa, diplomatik ve askeri yönlerini değil enformasyon akışını da etkin bir şekilde yönetmiştir. Savaşla ilgili tüm bilgilerin kaynağını kontrol altında tutmak isteyen ABD, medyaya bilgiyi basın havuz sistemi

üzerinden vermiştir. Birleşik Enformasyon Bürosu ve çeşitli şehirlerde açılan brifing merkezleri aracıyla bilgi akışını kontrol etmeye çalışmıştır (Atabek, 1995, s. 194).

Havuz sistemine dahil olan basın mensupları yetkililer ile birlikte hem onların can güvenliğini korumak hem de haberleri kısıtlamak amacıyla kontrolü olarak savaş bölgesine götürülmekteydiler. ABD'nin kurduğu havuz sistemine dahil olan muhabirler yanlarında eskort olmadan savaş bölgesine girememişlerdir. Körfez savaşında basın havuzda bulunan muhabirlere uymaları gereken kurallar dağıtılmış ve medya kuruluşlarına göndermek istedikleri haber, fotoğraf ve görüntüler denetimden geçirilmiştir. Basın mensuplarının yazmış olduğu hikayeler, çektikleri fotoğraf ve görüntüler yetkililerin denetiminden geçirilerek uygun görülmeyen bölümleri çıkartmışlar ve düzelterek gazetecilere geri göndermişlerdir. Haberler basın havuzunda kontrol edilmiş ve haberde önemli derecede gecikmeler yaşanmıştır (Atabek, 1995, s. 196).

Körfez Savaşı'ndaki haberler ABD tarafından oldukça başarılı bir şekilde kontrol edilmiştir. Konuyla ilgili The New York Times gazetesi ABD'nin haberleşmeyi kontrol etmekte başarılı olduğunu, kamuoyuna sadece bilinmesini istedikleri kadar söyledikleri haberini yapmıştır. Ayrıca bu durumun kamuoyu tarafından kabullendiğini vurgulamıştır (Harp Akademileri Komutanlığı, 1991, s. 159).

ABD sadece basını sansürlemekle kalmamış aynı zamanda basını kendi politik amaçlarını desteklemesi içi kullanmıştır. Danimarka Politiken Gazetesi, ABD'de yayınlanan haberlere yönelik araştırmasında kriz esnasında medyada yer alan kavramların propaganda kapsamında olduğunu iddia etmiştir (Sazak, 2002, s. 163).

Koalisyon Kuvvetlerinin Irak'a yönelik olarak başlattığı müdahalede medya faaliyetlerine sansür uygulandığı anlatılmıştır. Medyaya sadece sansür uygulanmamış, ABD üst düzey yetkilileri sık sık toplantılar düzenleyerek kamuoyuna müdahaleye yönelik istedikleri bilgileri sunmuşlardır. Propaganda amacıyla işbirlikçi yazarlarla, medya patronlarıyla anlaşılarak manşetler düzenlenmiş, kamuoyunun nasıl düşünmesi gerektiğini gösteren yayınların yapılması sağlanmıştır. Bu titiz çalışmalar istihbarat örgütünün kamuoyunu algısını yönetmek için uzun vadeli planlamalarının sonucudur. Propaganda, istihbarat örgütlerinin fonksiyonları içerisinde en az açığa çıkandır. Hedef kitlenin belirlenmesi, uygun temalar ve uygun bir ideoloji temel alınarak, kamuoyunun algısını yönetmek amacıyla uygun yöntem ve araçların kullanılması, bu faaliyetleri gerçekleştirirken gizliliğin sağlanması propaganda faaliyetlerini istihbaratın ana unsurlarından biri

haline getirmiştir. Birinci Körfez savaşı bu açıdan değerlendirildiğinde fonksiyonun anlaşılması için güzel bir örnek teşkil etmektedir (Yılmaz, 2007, s. 98).

Körfez Savaşında propagandanın etkinliğini en üst seviyeye çıkartmak için Amerikan istihbarat teşkilatı toplum ve uluslararası kamuoyu desteğini oluşturmak ve kamuoyu algısını yönetmek amacıyla özel metafor ve imgelere başvurmuştur. Metaforlar insan algısında önemli bir yere sahiptir ve insan algı sistemi metaforik olarak yapılanmıştır. Diğer bir ifade ile pek çok kavram başka kavramlar ile yan yana gelmesiyle anlam kazanır ve anlaşılır. Belirli imge ve kelimelerin kullanımı, olayların toplum algısında nasıl oluştuğu üzerinde etkiye sahiptir. Algı yönetimi, anahtar sözcük ve imgelerin eski tecrübelerle dikkatli bir biçimde karıştırılmasıyla gerçekleştirilir. Körfez Savaşı propaganda faaliyetleri dikkatlice seçilmiş ve hâlihazırda hedef kitle tarafından bilinen imge ve sözcüklerin, yeni imge ve sözcüklerle en uygun şekilde karıştırılmasıyla oluşturulmuştur (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 339-340).

ABD, kamuoyunda bütünlük yaratacak uygun propaganda temasını bulurken birden fazla propaganda stratejisi geliştirmiştir. İlk olarak Irak'ın Kuveyt'i işgalinin ardından Kuveyt'in bağımsızlığı mı?, petrol çıkarları mı?, yoksa Suudi Arabistan'ın korunması için mi? Asker gönderileceği ile ilgili hangi tema üzerinde propaganda faaliyetleri yapılacağı ile ilgili bir karışıklık söz konusudur. Bu üç sebep bazen tek başlarına bazen ise birlikte kullanılmıştır. Kamuoyu sebepleri haklı görmekle birlikte bu aşamada neden çok sayıda asker gönderileceği ile ilgili tam anlamıyla bir kanaate sahip değildi. İkinci aşamada, Irak lider Saddam Hüseyin'in Hitler kadar acımasız olduğu söylemiyle birlikte kamuoyunun asker gönderme gerekliliği ile ilgili algısı değişmeye başlamıştır. Üçüncü propaganda aşaması ise fiili müdahalenin doğasına yöneliktir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 338).

Birinci Körfez Savaşının doğasına yönelik olarak gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinde öncelikli olarak meşru ve haklı bir savaş yaptıkları, her şeyin kontrolleri altında olduğu ve müdahalede sivil hedeflere zarar verilmediği vurgulanmaya çalışılmıştır. En yüksek rütbeli askerden en düşük rütbeli askere varıncaya kadar herkes ABD müdahalesinin kansız olarak sürdürüldüğünü ve sivil hedefleri vurmadığını basın mensuplarına devamlı bir şekilde dile getirmiştir. Savaş sanki iki lider arasında füzelerin karşılaşması ve Irak halkının zarar görmediği algısı üzerinden devam etmiştir (Sazak, 2002, s. 164). Sivillere zarar verilmediğini göstermek amacıyla ABD akıllı füzelerinin kullanıldığını sıklıkla vurgulamıştır. Medyada bomba görüntüleri

yer almakla birlikte düşmana verilen zarara değinilmemiştir. Askeri hedeflere verilen zararlara yönelik olarak grafiksel veriler sunulmuş fakat hayatını kaybeden ya da yaralananların sayısı açıklanmamıştır. Televizyon karşısından Körfez Savaşı'nı takip eden kamuoyu savaşı kan dökülmeyen, temiz bir savaş olarak görmüştür. İleri teknoloji silahların kullanıldığı, sivillerin zarar görmediği algısı kamuoyunda yaratılmaya çalışılmıştır. Savaş sonrasında yapılan araştırmalar ve değerlendirmelerin sonucunda bu algının bir propaganda kampanyası sonucunda inşa edildiği ortaya çıkmıştır (Mutlu, 2003, s. 307-308).

Savaşın ardından yayınlanan istatistik verilerine göre savaş esnasında kullanılan bombaların yalnızca yüzde yedisi ile sekizi arasında akıllı bomba kullanılmıştır. Yaklaşık olarak yüzde yetmiş oranda bomba ise hedefinden sapmıştır. Savaş esnasında 28 hastane ve 52 sağlık merkezi bombaların hedefi olmuştur. Ayrıca 676 okul bombalanmış ve 38 tanesi tamamen kullanılamaz hale gelmiştir. 31 tane ibadet yerleri bombalanmıştır. Ayrıca Bağdat bulunan et depolama ve dağıtma merkezi defalarca bombaların hedefi olarak tahrip edilmiştir (Karaşahan, 2003, s. 130-131).

Bu yaşanan olaylar yukarıda da bahsedildiği üzere basının sansürlenmesi ve haberlere yapılan sıkı kontroller ile birlikte televizyona yansımamış, yayınlanan görüntüler ve haberlerde sivil hedeflerin bombalanmadığı vurgulanmıştır. Ancak 22 Ocak 1991'de ilk kez Irak medyası sivil hedeflerin isabet alınarak vurulduğunu göstermiştir. Bu tarih CNN[3] hakemliğinde bir propaganda savaşının başlangıcı olarak gösterilebilinir. Irak, hava harekâtında bebek maması fabrikasının bombalandığını ifade ederken, ABD bombalanan tesisin biyolojik ve kimyasal silah üreten bir tesis olduğu söylemiştir. Irak'ta bulunmasına izin verilen CNN muhabiri, Irak yönetimince fabrikaya inceleme yapmaya götürülmüş ve sivil bir hedef olduğu ekranlarda dile getirmiştir (Arnett, 1999, s. 480). Ancak ABD tarafından yapılan açıklamada bombalanan tesisin askeri bir hedef olduğu

[3] Birinci Körfez Savaşı, savaş gazeteciliği bakımından bir dönem noktasıdır. Körfez savaşı, propaganda tartışmaların en fazla yapıldığı savaşlardan biri olup, krizi basının yönettiği bir savaştır. Savaş sürekli olarak televizyonlarda yayınlanmıştır. Diğer yandan ise medya üzerinde en çok kısıtlamanın yapıldığı savaştır. CNN savaşı sürekli olarak yayınlamış ve kamuoyunu yönlendirmiştir. CNN'nin kamuoyu üzerindeki yönlendirmesi literatüre CNN etkisi olarak geçmiştir. Devletler askeri faaliyetlerini gizlilikle sürdürürken medyada varlık nedeni olan toplumu haberdar etme amacını gerçekleştirmek istemektedir. Bu tezatlık savaş dönemlerinde gazetecilik faaliyetlerinin sürdürülmesi için farklı sistemlerin kullanılmasına neden olmuştur. Bunlar biri de iliştirilmiş gazeteciliktir. Medya mensuplarını cephenin ön saflarına taşıyan sistemin adıdır. Detaylı bilgi için bkz. (Yalçınkaya, 2008b).

vurgulanmış, sivil bir hedef olduğu iddiası reddedilmiştir. Bu iddialarını güçlendirmek amacıyla tesisin etrafında askeri binaların ve dikenli tellerin olduğu söylenmiştir. Askeri bir garnizonun yakınında olması ve diğer bilgiler düşünüldüğünde tesiste biyolojik ve kimyasal silah üretimi yapıldığı doğrulanıyordu (Sazak, 2002, s. 165).

Mama fabrikasının bombalanması benzeri diğer bir olay ise sivil sığınağının bombalanmasının ardından yaşanmıştır. ABD yetkililerin askeri bir hedef olarak duyurduğu Bağdat'taki en büyük sığınak olan Ameriye Koalisyon Güçleri tarafından bombalanmış ve çok sayıda sivil hayatını kaybetmiştir. ABD tarafından yapılan açıklamada sığınağın İran-Irak Savaşı esnasında askeri bir merkeze dönüştürüldüğü ve şu anda halen kullanıldığı söylenmiştir. CNN muhabirinin sığınakla ilgili yaptığı habere göre sığınağın içinde bulunan pek çok sivil yanarak hayatını kaybetmiştir. Sığınağın bir süredir Iraklı kadın ve çocuklar tarafından kullanıldığı belirtilmiştir. ABD'nin haber sonrası yaptığı açıklama ise sığınağın boyanıp kamufle edilen bir askeri üst olduğu yönündedir. Amerikan Savunma Bakanlığı 17 Şubat tarihli açıklamasında hava harekâtıyla ilgili bir hatanın yapıldığını kabul etmiştir. Ayrıca ilerleyen dönemde savaş suçlarını incelemek için kurulan komisyon tarafından bombalanan hedefin askeri bir üst olmadığı ve sığınakta pek çok insanın olduğu tespit edilmiştir (Karaşahan, 2003, s. 133).

ABD'nin Körfez Savaşında uyguladığı bir diğer propaganda faaliyeti Körfez'in petrol ile kirlendiğinin ileri sürülmesidir. ABD bu propaganda faaliyetinde Irak'ın bilerek Körfeze petrol sızdırdığını, oluşacak çevre kirliliğini ve hayvanlarını durumunu düşünmeyen bir cani olduğunu vurgulamaya çalışmıştır. Bu yapılanan bir çevre terörizmi olduğu propaganda söylemi olarak kullanılmıştır. ABD hemen ertesi gün Körfez'de yaşanılan çevre kirliği ve hayvanların yaşadığı zulmü göstermek amacıyla görüntüler yayınlamıştır. Bu propaganda çalışmasıyla Saddam Hüseyin'in yalnızca insanlara zarar veren bir lider değil aynı zamanda hayvanlara eziyet eden bir cani olduğu algısı inşa edilmeye çalışılmıştır.

Körfez savaşında sadece Amerikan ve uluslararası kamuoyu algısını kontrol etmek için propaganda çalışmalarında bulunulmamış ayrıca ABD, Irak halkına yönelik düzenlediği psikolojik operasyonlar ile Saddam Hüseyin'in ordu ve rejimi desteğini yok etmeye çalışmışlardır. Iraklıların, yönetime karşı ayaklanarak, Saddam Hüseyin'in devrilmesini sağlayacak propaganda faaliyetleri de yürütmüşlerdir. Körfez Savaş devam ederken ABD tarafından Irak'ta kurulan radyo kanalları

aracıyla bölgede yaşayan Kürt ve Şii nüfusun Saddam Hüseyin'e karşı ayaklanması sağlanmaya çalışılmıştır (Taylor, 1992, s. 151).

Saddam Hüseyin'in uyguladığı karşı propaganda çalışmalarında ABD Başkanı Bush'u Cani, Zorba, Büyük Şeytan imgelerini kullanarak tanımlarken, Suudi Arabistan Kral'ını Ajan, Hain, Şeytani Güçlerin Müttefiki imgeleriyle tanımlamaktadır. Irak yukarıda da değinildiği üzere Arap Birliği için bölge hafızasında yer alan imgeleri ve metaforları kullanarak Amerikalarının kendi kanları içinde yüzecekleri propaganda söylemini kullanmıştır. Fakat bu propaganda söylemini yaparken Amerikan ve uluslararası kamuoyu hesaba katılmamıştır (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 341). Bu propaganda söylemi Amerikan kamuoyu için Arapların kana susamış barbarlar olduğu popüler imgeyi canlandırıyordu. Söylem ABD tarafından kullanılarak askeri harekâtı meşrulaştırmak için kullanılmıştır. Buna ek olarak vurgulanması gereken diğer bir husus ABD propaganda söylemlerindeki kötü imgelerin Irak halkına yönelik kullanılmadığı, Saddam Hüseyin'i hedef aldığıdır. Saddam Hüseyin'in bir diğer hatalı propaganda faaliyeti ise daha önce bahsedildiği üzere ülkesinde bulunan batılı rehinelerin gitmelerine izin vermemesidir. Hatasını tamir etmek amacıyla rehinelerle birlikte bir televizyon programına katılsa da programda bu rehinelerden biri olan küçük bir çocuğun yüzündeki korku ve dehşet içindeki yüz ifadesi ABD tarafından kullanılan despot imgesine fayda sağlamıştır (Bektaş, 2002, s. 184).

Bu bölümde detaylandırılmaya çalışıldığı üzere, ABD propaganda faaliyetlerinde imge ve metaforlar aracıyla kamuoyu algısı yönetilmiştir. İmgeler savaş esnasında yaşanan gelişmelere bağlı olarak değişime uğrayarak savaşın meşruluğu, haklılığı ve devam ettirilmesi bir araya getirilmiştir. Irak'ın Kuveyt'i işgalinin ardından planlanan propaganda faaliyetleri başlayarak aslında kamuoyu askeri müdahaleye hazırlanmıştır. Suudi Arabistan'ın bütünlüğünün önemini vurgulayan propaganda çalışmaları gerçekleştirirmiştir. Burada karşımıza çıkan propaganda söylemi Amerikan Başkanı Bush'un kuma bir çizgi çekildi sözüdür. Bu söylemle hem coğrafi özellikler vurgulanmış hem de popüler kültürde yer alan sınırları aşmayın imgesi vurgulanmıştır. ABD bu metaforla askeri müdahalede bulunacağının sinyalini vermiştir. İşgalin hemen ardında dünya kamuoyu için askeri müdahalelinin temellendirileceği özel metaforlar yaratarak kullanmayı amaç edinmiş ve propaganda faaliyetlerini bu özel metaforlar ve uygun temalar etrafında uygulamıştır. Özellikle askeri müdahalenin hemen öncesindeki rehine krizi Saddam Hüseyin'in Hitler ile özdeşleştirilmesinde kullanılmıştır. Savaş devam ederken benzer bir metafor, yakalanan

Koalisyon pilotlarının televizyonda açık bir şekilde gösterilmesi bu cani Irak imajını güçlendirmiş, tutsakların durumunun görülmesinin ardında barış metaforunun kullanımını değiştirmiştir (Jowett ve O'Donnell, 2017, s. 338-341).

Özetle, ABD Körfez Savaşı'ndaki propaganda faaliyetleri askeri harekatın başlanmasından önceki faaliyetler ile başlamış ardından harekât esnasında sürekli olarak önceden belirlenen temalar etrafından sürdürülmüştür. Körfez Savaş öncesinde Kuveyt'in haksız işgali, demokratik olmayan bir düşmanla karşı karşıya olunduğu algısı yaratılmıştır. Gerçekleştirilecek askeri müdahalenin meşru bir otorite tarafından onaylandığı ve haklı olduğu vurgusuyla devam edilmiştir. Askeri harekâtın başlamasıyla birlikte ise savaşa yönelik haberler kontrol edilerek kamuoyunun desteğinin devam etmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Enformasyon akışını kontrol eden ABD önceden planladığı amaçlarını gerçekleştirmek için seçtiği imgeler ve metaforları kullanarak harekât öncesinden başlayarak dikkatlice tasarlanmış başarılı bir propaganda sürdürmeyi başarmıştır.

3.14. Amerikan İstihbaratının Birinci Körfez Savaşı'nda Kullandığı Propaganda Araçları ve Yeni İletişim Teknolojileri

Amerikan propagandası, kendi niyetlerine uygun olarak sunduğu görüş ve hedeflerinin uluslararası arenada kabul edilmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle çeşitli öğeler bir araya getirilmiştir. İlk olarak bu çalışmanın iddia ettiği üzere Amerikan istihbaratının tutumları, fikir ve davranışları değiştirmek amacıyla bir propaganda yapıcısı olması, ikinci olarak hedef kitlenin belirlenmesi ardından önceden belirlenmiş hedefleri gerçekleştirmek için propaganda ideolojisine uygun temalar çerçevesinde imge ve metaforların tasarlanması ve iletişim araçları vasıtasıyla propaganda faaliyetinin gerçekleştirilmesidir (Çetin, 2014, s. 253).

Birinci Körfez Savaş'ında ABD, kamuoyu tepkilerinin istenilen yönde oluşmasını sağlamak amacıyla yapılan faaliyetlerinde bireylerin dikkatini çekebilmek ve algısını yönetmek için duygusal etki yaratacak mesajlar verilmiştir. ABD, Körfez Savaşı algı yönetimi faaliyetlerinde kamuoyunun zihin ve kalplerine ulaşacak iletişim tekniklerini ve araçlarını kullanmıştır. Kitle iletişim araçları algı yönetiminin sağlanmasında çok güçlü bir etkiye sahiptir. Amerikan istihbaratı kitle iletişim araçlarının gücünü hedef kitlenin özelliklerini doğru saptayarak algı yönetimi

teknikleri aracıyla savaş öncesinden savaş sonrasına kadar istenilen amaca ulaşmak için kullanmıştır. Algı yönetiminin sağlanması için medya, televizyon, radyo, broşürler, resimler, video görüntüleri, canlı yayınlar kullanılmıştır (Utma, 2018, s. 2909).

Birinci Körfez Savaşı iletişim teknolojilerinin kullanımında bir dönüm noktası olarak literatürde karşımıza çıkmaktadır. Kitle iletişim araçlarının başta televizyon olmak üzere kamuoyu algısını yönetme ve propaganda faaliyetlerini sürdürmekteki gücü kanıtlanmıştır. Birinci Körfez Savaşıyla birlikte savaşa yönelik bilgi verme yöntem ve tekniklerinin, savaşın önemli bir paydaşı olduğu anlaşılmıştır. Savaş tarihinde ilk kez bir savaş kamuoyu tarafından evlerinde oturarak dakikası dakikasına naklen takip edilmiştir. Bu yayınlarda ölü ve yaralı askerler yada siviller yer almıyor, yakılıp yıkılan şehirlere dair görüntüler gösterilmiyordu. Bu durum savaşın algısını değiştirerek savaşı savaş olmaktan çıkararak sanal bir olaya çevirmiştir. Değişen iletişim teknolojileri sayesinde Birinci Körfez Savaşı ordular arası bir savaş olmaktan daha çok teknolojiler arası bir savaş olarak gösterilmiştir (Mutlu, 2003, s. 307-308).

Kamuoyunu etkilemek için uzun süredir kullanılan medya, kamuoyunun ikna edilmesi ve yönlendirilmesinde kullanılan bir araçtır. Savaş esnasında savaşın gerekçelerinin desteklenmesi ve kamuoyunun kontrol edilmesi için medya sıklıkla kullanılmıştır. Körfez savaşıyla televizyon algı yönetimi faaliyetlerinin temel bir aracı haline gelmiştir (Uyar, 2021, s. 304).

Kitle iletişiminde yaşana hızlı değişim savaş haberciliğini değiştirmiştir. Multi Hop tekniğinin kullanılması yani uydu ve istasyon arası bağlantının sıkça yapılabilesi yayının naklen sürdürülmesini sağlamıştır. Ayrıca Körfez Savaşında Elektronik posta ve bilgisayarlar üzerinden iletişim sağlanmıştır. Havuz Sistemine dahil olan basın mensupları anında haberlerini merkezleriyle paylaşabilmişlerdir. Dijital ve Analog iletimi-Hareketsiz video sayesinde izin verilen ve ABD tarafından savaşla ilgili paylaşılan görüntüler medyaya verilmiştir. Ayrıca Faks kullanımı, medya faaliyetlerinin devam ettirilmesi için kullanılan iletişim araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Uydu görüntüleri Körfez savaşı öncesi ve sonrasında kullanılan propaganda araçlarından biridir. Bilgisayar grafikleri savaşın anlatılmasına sıklıkla kullanılmış ve kamuoyu algısı bu grafikler üzerinden de şekillendirilmeye çalışılmıştır. Körfez Savaşın süresince yapılan propaganda faaliyetlerin şimdiye kadar hiç görülmemiş teknolojiler kullanılmıştır (Mutlu, 2003, s. 342-344). Medya iletişim teknolojilerinin sayesinde hızlı bir şekilde merkezle iletişim

kurup, bilgi aktarabilse de CIA sürekli olarak medya içeriklerini ve görüntülerini organize etmiş ve propaganda tekniklerinin uygulanmasını sağlamıştır (Çetin ve Toprak, 2016, s. 223).

Amerikan İstihbaratı, medya üzerindeki görünmez eliyle sadece enformasyon akışını sağlamamış aynı zamanda etki ve kontrolü de gerçekleştirmiştir. Enformasyon akışını elde tutarak aynı zamanda kamuoyunu denetim altında tutmuşlardır. İstihbarat örgütlerinin propaganda faaliyetlerinde medyanın kullanımı iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak artmıştır. CIA tarafından örtülü bir şekilde desteklenen medya mensupları algı yönetimi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kilit bir rol oynamaktadır. Eski CIA başkanlarından Harry Rositzke'nin ifadeleri Körfez savaşında medyanın bir propaganda aracı olarak kullanılmasının önemini göstermektedir. Rositzeke, Üçüncü dünyadaki propaganda operasyonlarının aslında bir basın savaşı olduğunu ifade ederek yabancı medya mensuplarıyla çalıştıklarını ve basın hizmetlerinin propaganda aracı olarak kullanılmasında etkin olarak kullanıldığını ifade etmiştir (Yılmaz, 2007, s. 98-101).

Irak'a yönelik yürütülen propaganda faaliyetlerin başvurulan bir diğer araç ise radyo ağıdır. ABD tarafından Körfezin Sesi adlı bir radyo kurularak harekât süresince gün boyunca on sekiz saate yakın yayın yapmışlarıdır. Bu radyo yayınları günlük olarak tasarlanmaktaydı. Bu radyo yayınlarının yapılmasındaki amaç Irak'a karşı propaganda çalışmasında bulunmak ve Irak halkına yönelik yanlış bilgilendirmede bulunarak, Irak halkının Saddam Hüseyin yönetimine karşı kışkırtmak ve onları teslim olmaya ikna etmektir. (Psychological Operations, 1999)

Körfez Savaşında hedef kitleye etki etmek için bilinen en eski propaganda araçlarından olan el ilanlarından da faydalanılmıştır. Birbirinden farklı 33 mesajı içeren 29 milyon el ilanı savaş bölgesinde dağıtılmıştır. İleri teknolojinin olanaklarından da yararlanılarak hızlı ve aktif bir şekilde dağıtılabilmiştir. El ilanları körfez savaşında Irak halkına karşı kullanılan psikolojik harekâtın önemli bir aracıdır. Çünkü propaganda söylemleri askeri ve sivil hedeflere kısa bir sürede ulaştırılmıştır. El ilanları Arapça ve İngilizce olarak düzenlenmiş ve üzerlerinde bölge halkına hitap edecek görselleri barındırmaktadır. Bu ilanlarla Irak askeri birliklerine havadan atılarak teslim olmaları sağlanmaya çalışılmıştır. Bu propaganda aracıda teslim olan Iraklı askerlere iyi davranılacağı vurgulanmaktadır (Erler, 2004, s. 168).

Harekâtın, başlamasıyla birlikte ABD, mobil hoparlör timi oluşturarak bu timi Irak'a karşı Suudi Arabistan sınırında yerleştirmiştir. Yöre dillerini iyi bilen tercümanların bulunduğu bu timler Irak

askeri birliklerine Arapça teslim ol çağrısında bulunmuşlardır. Irak yönetiminin kendilerini önemsemediği algısı inşa edilerek moral bozucu propaganda faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Aynı zamanda hoparlörler aracıyla sahte ses efektleri kullanmış ve Irak birliklerinin morali bozulmaya çalışılmıştır. Örneğin kullanılan ses efektleri arasında ağlayan bebek sesleri yer almaktadır. Bu ses efekti Irak askerlerini en fazla etkileyen propaganda faaliyetlerinden biridir (Sert, 2014, s. 121-125).

Özetle, Körfez savaşında ABD'nin propaganda araçlarının etkin bir biçimde kullandığını söyleyebiliriz. ABD, medyayı kontrol altında tutarak bir propaganda aracı olarak kullanmış, savaşı olumsuz yönde etkileyecek haberlerin yapılmasının engellemiştir. Müdahalenin haklı, meşru olduğu algısı yaratılmasında medya en etkili araç olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte radyo yayınları, el ilanları ve hoparlörler propaganda aracı olarak kullanılarak düşmana moral ve motivasyon bozukluğu yaratılmaya çalışılmıştır.

SONUÇ

İstihbarat faaliyetlerinin gelişen ve değişen yapısı nedeniyle istihbarat kavramı yeni anlamlar kazanmaktadır. Kavramın açıklanması üzerine getirilen tanımlamalar, açıklamalar ve tartışmalar istihbarat bilimini geliştirmiştir. İstihbarat günümüzde karar verme sürecinde bir destek unsuru olmanın ötesinde politika üretiminin ve savaşların temel bir fonksiyonu halini almıştır. İstihbarat, sadece bilgi ulaşmak ve analiz etmek faaliyetlerini değil aynı zamanda kitleleri anlamak, algılarını yönlendirmek, kontrol etmek faaliyetlerini de kapsamaktadır. Bu açıdan istihbarat, savaş dönemlerinde temel bir unsur olarak gücü koruma, artırma ve yönetim kademesini sağlamlaştırma misyonlarını sağlamaktadır. Bir diğer ifadeyle savaş dönemlerinde eskiden sadece maddi güç unsurlarının geliştirilmesi için kullanılan istihbarat faaliyetleri zamanla manevi gücün sağlanmasında da etkin olarak kullanılmaktadır. Kamuoyunun algısının savaşa uygun bir şekilde hazırlanması ve savaş esnasında kamuoyu desteğinin kaybedilmemesi için istihbarat örgütleri tarafından propaganda faaliyetleri yürütülmektedir.

Çalışmadan görüleceği üzere algı yönetimi istihbarat örgütlerinin bir fonksiyonu olarak en az açığa çıkanıdır. Algı yönetimi, propaganda, psikolojik savaş faaliyetleri ile birlikte sağlanmaktadır. Kuramsal bölümde detaylandırıldığı üzere istihbarat örgütleri tarafından propaganda faaliyetleri kendi açık görev tanımları içerisinde yer bulmamaktadır. Çünkü propaganda ve psikolojik savaş istihbaratı örtülü operasyon faaliyetleri içerisinde değerlendirilmektedir.

Hedef kitlenin belirlenerek, uygun temalar ışığında uygun iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesi, propaganda araçlarının gizliliğinin sağlanması ve uygun şekilde uygulanması gibi konular istihbaratın ana fonksiyonlarından biri haline gelen propaganda faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Propaganda bir devletin devamlılığı için bugünkü veya gelecekteki düşmanlarının niyet, güç ve faaliyetlerinin öğrenmek, bunların hepsine hazırlıklı olmak ve harekete geçirmek için yapılan istihbarat faaliyeti, yine benzer amaçla düşmanın gücünü azaltmak için yapılan propaganda, sabotaj, bozguncu ve yıkıcı faaliyetlerde bulunma, bu faaliyetlere karşı koyma nedenleriyle ilgilidir.

Birinci Körfez Savaşı, propaganda faaliyetlerinin kullanımında kamuoyunun oluşturulması, kitle algısının ve savaşın yönlendirilmesi açısından dönüşümün yaşandığı savaştır. Konvansiyonel savaşlarının yoğunluğunu azaldığı 20. Yüzyılın son çeyreğinde propaganda faaliyetleri iletişim

teknolojisinin yaşanan gelişmelerin etkisiyle tek yönlü olmaktan karşılıklı olmaya dönmüştür. Birinci Körfez Savaşında kullanılan propaganda faaliyetleri çok yönlü yeni nesil algı yönetimi kavramıyla anlaşılabilir. Çalışmada Amerikan İstihbarat teşkilatının sürdürdüğü propaganda faaliyetleri bu bağlamdan hareketle değerlendirilmiştir.

Irak'ın Kuveyt'i işgali ile başlayan algı yönetimi ve propaganda faaliyetleri uluslararası ve Amerikan kamuoyunu askeri müdahaleye ikna etmek ve kamuoyu desteği almak için yürütülmüştür. Kuveyt işgalinin ardından ABD, etkin bir politika izlemiştir. ABD propaganda faaliyetiyle askeri müdahaleyi haklı çıkartmaya ve kamuoyu desteği almaya çalışmıştır. Amerikan savaş propagandası ilk olarak Amerikan kamuoyunun bölgedeki krizin aşılması için kesinlikle askeri müdahalenin yapılması gerektiği konusunda bir algı yaratılmasında kullanılmıştır. Amerikan kamuoyu Vietnam savaşında yaşadığı askeri kayıpların acısının halen taze olduğu dönemde Amerikan askerinin Ortadoğu'ya gönderilmesini başlangıçta istememiştir. Bu nedenle ABD işgal sonrasında ABD'nin bölgeye yapacağı askeri müdahalenin haklı gösterileceği temalar üzerinde yoğunlaşmıştır.

Körfez Savaşındaki propaganda faaliyetlerinin temel hedeflerinden biri propaganda yapıcının ideolojisini hem kendi kamuoyuna hem de karşı tarafa kabul ettirmektir. Birinci Körfez Savaşı ABD propaganda faaliyetlerinde haklı savaş, meşru savaş kavramlarına başvurulmuştur. Meşru savaş kriterlerine uygun bir savaş olduğu yönünde propaganda yapılmıştır. Savaşa son çare olarak başvurulduğu ve gereğinden fazla kuvvet kullanılmadığı algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Birinci Körfez Savaşı haksız bir işgali önlemek ve Irak halkını diktatör bir rejimden kurtarmak amacıyla gerçekleştirildiği algısı kamuoyunda yaratılmıştır.

Körfez Savaşında propagandanın etkinliğini en üst seviyeye çıkartmak için Amerikan istihbarat teşkilatı toplum ve uluslararası kamuoyu desteğini oluşturmak ve kamuoyu algısını yönetmek amacıyla özel metafor ve imgelere başvurmuştur. Körfez Savaşı propaganda faaliyetleri dikkatlice seçilmiş ve hâlihazırda hedef kitle tarafından bilinen imge ve sözcüklerin, yeni imge ve sözcüklerle en uygun şekilde karıştırılmasıyla oluşturulmuştur. ABD propaganda faaliyetlerinde imge ve metaforlar aracıyla kamuoyu algısı yönetilmiştir. İmgeler savaş esnasında yaşanan gelişmelere bağlı olarak değişime uğrayarak savaşın meşruluğu, haklılığı ve devam ettirilmesi bir araya getirilmiştir.

Amerikan propagandası, kendi niyetlerine uygun olarak sunduğu görüş ve hedeflerinin uluslararası arenada kabul edilmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle çeşitli öğeler bir araya getirilmiştir. İlk olarak bu çalışmanın iddia ettiği üzere Amerikan istihbaratının tutumları, fikir ve davranışları değiştirmek amacıyla bir propaganda yapıcısı olması, ikinci olarak hedef kitlenin belirlenmesi ardından önceden belirlenmiş hedefleri gerçekleştirmek için propaganda ideolojisine uygun temalar çerçevesinde imge ve metaforların tasarlanması ve iletişim araçları vasıtasıyla propaganda faaliyetinin gerçekleştirilmesidir

ABD, Körfez Savaşı algı yönetimi faaliyetlerinde kamuoyunun zihin ve kalplerine ulaşacak iletişim tekniklerini ve araçlarını kullanmıştır. Kitle iletişim araçları algı yönetiminin sağlanmasında çok güçlü bir etkiye sahiptir. Amerikan istihbaratı kitle iletişim araçlarının gücünü hedef kitlenin özelliklerini doğru saptayarak algı yönetimi teknikleri aracıyla savaş öncesinden savaş sonrasına kadar istenilen amaca ulaşmak için kullanmıştır. Algı yönetiminin sağlanması için medya, televizyon, radyo, broşürler, resimler, video görüntüleri, canlı yayınlar kullanılmıştır. Birinci Körfez Savaşıyla birlikte savaşa yönelik bilgi verme yöntem ve tekniklerinin, savaşın önemli bir paydaşı olduğu anlaşılmıştır. Savaş tarihinde ilk kez bir savaş kamuoyu tarafından evlerinde oturarak dakikası dakikasına naklen takip edilmiştir. Bu yayınlarda ölü ve yaralı askerler ya da siviller yer almıyor, yakılıp yıkılan şehirlere dair görüntüler gösterilmiyordu. Bu durum savaşın algısını değiştirerek savaşı savaş olmaktan çıkararak sanal bir olaya çevirmiştir. Değişen iletişim teknolojileri sayesinde Birinci Körfez Savaşı ordular arası bir savaş olmaktan daha çok teknolojiler arası bir savaş olarak gösterilmiştir.

Bu çalışmayla istihbaratın bir fonksiyonu olarak propaganda faaliyetlerinin tek yönlü bir iletişimden çok yanlı algılama yönetimine dönüştüğü saptanmıştır. İstihbaratın tanımı ile yapılan tartışmalarda yer bulun algı yönetimi faaliyetlerinin istihbarat biliminin içerisindeki önemi ortaya konulmuştur. Bu yaklaşım ışığında algı yönetimi faaliyetlerinin istihbarat kavramı ve faaliyetlerinden ayrı düşünülemeyeceği görülmüştür. Çalışmada medya ve iletişim teknolojilerinin propaganda ve algı yönetiminde etkin işlevi olduğu saptanmıştır. Özetle tez çalışmasında incelenen Birinci Körfez Savaşı örneğinden hareketle algı yönetimi faaliyetlerinin istihbarat örgütleri tarafından doğrudan veya dolaylı olmak üzere sürekli olarak bir yöntem ve araç olarak kullanıldığı ve algı yönetimi faaliyetlerinin öneminin her geçen yıl daha fazla artacağını söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

Acar, Ü. (2011). *İstihbarat.* Ankara: Akçağ Basım Yayın.

Akpınar, K. (2000-2001, Kış). Körfez savaşı. *Uluslararası İlişkilerde Olaylar ve Yorumlar Dergisi.*

Allied Joint Intelligence (2013). *Counter-intelligence and security doctrine*. NATO Standardization Agency AJP-2.

Arı, T. (1999). *2000'li yıllarda basra körfezi'nde güç dengesi*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Arı, T. (2004a). *Geçmişten günümüze Ortadoğu*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Arı, T. (2004b). *Irak, İran ve ABD*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Army, U. S. (2003). *FM 3-05.301 (FM 33-1-1) MCRP 3-40.6* A Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures.

Arnett, P. (1999). *Savaş alanından canlı yayın*. (M. Karkın, Çev.) İletişim Yayınları.

Atabay, M. (2016). *Son yüzyılda Türkiye ve Ortadoğu*. İstanbul: Paradigma Akademi.

Atabek, N. (1995). Savaş ve medya: ABD'nin Vietnam ve Körfez savaşlarındaki medya politikası. *Kurgu Dergisi*.

Aykan, M. B. (1998). *Türkiye'nin Kuveyt krizi (1990-91) politikası*. Ankara: Dış Politika Enstitüsü.

Bektaş, A. (2002). *Siyasal propaganda.* İstanbul: Bağlam Yayınları.

Berkowitz, B. D. (1997). Information technology and intelligence reform. *Orbis*, 41(1), 107-118.

Betts, R. K. (1978). Analysis, war, and decision: Why intelligence failures are inevitable. *World politics*, 31(1), 61-89.

Bimfort, Martin. (2007). 'A Definition of Intelligence — Central Intelligence Agency'. *Studies in Intelligence*. 2 (4): 75–78.

Bledowska, C. (1987). *KGB/CIA*. Brompton Books.

Bowers, Stephen R., "The Political Evolution of Intelligence" (1984). *Faculty Publications and Presentations*. 62.

Brand, J. H. (1996). *Economic Intelligence-A Key To Economic Power*. Army War Coll Carlısle Barracks Pa.

Brown, R. (2002). Information Operations, Public Diplomacy & Spin: The United States & the Politics of Perception Management. *Journal of Information Warfare*, 1(3), 40–50.

Brzezinski, Z. (1998). Interview with Le Nouvel Observateur. *The CIA's Intervention in*.

Cambridge Dictionary (b.t.). Intelligence. 13.07.2022. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/intelligence

Cambridge Dictionary (b.t.). Propaganda. 13.07.2022. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda

Çankaya, E. (2015). *Siyasal iletişim: dünyada ve Türkiye'de*. İmge Kitabevi.

Carter, D. L. (2004). *Law enforcement intelligence: A guide for state, local, and tribal law enforcement agencies* (pp. 136-137). Washington, DC: US Department of Justice, Office of Community Oriented Policing Services.

Çaylak, H. (2017). Birey Ve Tüketim İlişkisinin Ontolojik Ve Epistemolojik Kırılması Üzerine Tarihsel Bir İnceleme: Tüketici Bireyin Algı Yönetimi Ve Medya İlişkisinin Örneklerle Okunması. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.

Çetin, B. N. (2014). Propaganda olgusu ve propagandanın amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2).

Çetin, M., & Toprak, Y. E. (2016). Çerçeveleme kuramı bağlamında kamuoyu oluşturmada spin: birinci körfez savaşı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(42).

CIA (b.t.), Intelligence cycle graphic, 13.07.2022. https://www.fbi.gov/image-repository/intelligence-cycle-graphic.jpg/view

Çimen, A., & Göğebakan, G. (2007). *Tarihi değiştiren savaşlar*. İstanbul: Timaş Yayınları.

Clausewitz, Carl von. 2007. *On War*. Oxford University Press.

Cleveland, W. L. (2015). *Modern Ortadoğu tarihi*. (M. Harmancı, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1971). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *The journal of politics*, 33(4), 892-915.

Cohen, E. A. (2017). *The big stick: the limits of soft power and the necessity of military force*. Hachette UK.

Collison, D. J. (2004). Measuring success: profit and propaganda. War, Media, and Propaganda: *A Global Perspective, Rowman & Littlefield Publishers*, Oxford, 33-43.

Conrad, S. J. (1984). Executive Order 12,333: Unleashing the CIA Violates the Leash Law. *Cornell L. Rev.*, 70, 968.

Cull, N. J., Culbert, D. H., & Welch, D. (2003). *Propaganda and mass persuasion: A historical encyclopedia, 1500 to the present*. ABC-clio.

Cunningham, S. B. (2002). *The idea of propaganda: A reconstruction*. Greenwood Publishing Group.

Davies, P. (2004). *MI6 and the machinery of spying: Structure and process in britain's secret intelligence.* Routledge.

Demirbilek, S. (2018). Sun Zi'nin savaş sanatı ile Orhon Yazıtları arasındaki ilişki üzerine. *Journal of Old Turkic Studies*, 2(1), 24-37.

Der Derian, J. (1992). *Antidiplomacy: spies, terror, speed, and war*. Blackwell.

Domenach, J. M.. (2003). *Politika ve propaganda* (Yücel, T., & Oskay, Ü. Çev.) Varlık Yayınları.

Donohue, L. K. (2015). The dawn of social intelligence (SOCINT). *Drake L. Rev.*, 63, 1061.

Dupont, A. (2003). Intelligence for the twenty-first century. *Intelligence and National Security*, 18(4), 15-39.

Efegil, E. (2002). *Körfez krizi ve Türk dış politikasında karar verme modeli*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.

Ellul, J., Merton, R. K., Kellen, K., & Lerner, J. (1973). *Propaganda: The formation of men's attitudes* (p. 352). New York: Vintage books.

Erdoğan, E., Uyan-Semerci, P., Eyolcu-Kafalı, B., & Caytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri: Kavramlar, Nedenler ve Çözümler.

Ergil, D. (1990). *Körfez bunalımı*. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Erler, Ö. (2004). Dış politika aracı olarak psikolojik savaşın tarihsel evrimi ve uygulamada gösterdiği farklılıklar. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*

Eroğlu, H. (2003). Klasik dönemde Osmanlı devletinin istihbarat stratejileri. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(34), 11-33.

Fox, T. (1995). The media and the military: an historical perspective on the Gulf war. J. Walsh (Dü.) içinde, *The Gulf war did not happen: politics, culture and warfare post-Vietnam*. Arena.

Gat, A. (2001). *A history of military thought: from the Enlightenment to the Cold War*. Oxford University Press, USA.

Gilli, A., & Gilli, M. (2018). Why China has not caught up yet: military-technological superiority and the limits of imitation, reverse engineering, and cyber espionage. *International Security*, 43(3), 141-189.

Giritli, İ. (1991). *Körfez Bunalımının Boyutları.* Cem Ofset.

Goldman, J. (2006). *Words of intelligence: A dictionary*. Scarecrow Press.

Greenberg, M. R., & Haas, R. N. (1996). Making intelligence smarter: Report of an independent task force Sponsored by the council on foreign relations 1996. *International Journal of Intelligence and Counter Intelligence*, 9(2), 135-144.

Gresh, A., & Vidal, D. (1991). *Ortadoğu.* (H. Türe, Çev.) Alan Yayıncılık.

Guth, D. W. (2009). Black, white, and shades of gray: The sixty-year debate over propaganda versus public diplomacy. *Journal of Promotion Management, 14*(3-4), 309-325.

Güler, R. (2021). Savaşın Değişen Doğasında Bilgi Savaşları, E. Büyükakıncı (Ed) içinde, *Savaşın Dönüşümü Yeni Dinamikler, Aktörler ve Araçlar*, Ankara: Adres Yayınları.

Harp Akademileri Komutanlığı. (1990). *Körfez krizi*. İstanbul: Harp Akademileri Askeri Bilimler Araştırma Merkezi Yayınları.

Harp Akademileri Komutanlığı. (1991). *Körfez krizi (İkinci Kitap).* İstanbul: Harp Akademileri Askeri Bilimler Araştırma Merkezi Yayınları.

Harp Akademileri Komutanlığı. (1992). *Körfez Krizi Sonrası Ortadoğu (Beşinci Kitap)*. İstanbul: Harp Akademileri Askeri Bilimler Araştırma Merkezi Yayınları.

Hastedt, G. P. (2003). *Espionage: a reference handbook*. ABC-CLIO.

Hertzberger, E. R. (2007). Counter-terrorism intelligence cooperation in the European Union. *UNICRI*. (02)/C855.

Holmes, R. (2012). *Wellington: the iron duke*. HarperCollins UK.

Hook, S. W., & Spanier, J. (2016). *Amerikan dış politikası: ikinci dünya savaşı'ından günümüze*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Huang, H. (2015). Propaganda as signaling. *Comparative Politics*, *47*(4), 419-444.

Huhtinen, A. M., & Rantapelkonen, J. (2002). Perception management in the art of war. *Tiede ja ase*, 243-255.

İlter, E. (2002). Osmanlılarda İstihbarat (XIV.–XX. Yüzyıllar). *Avrasya Dosyası–İstihbarat Özel Sayısı, 8*(2), 233-254.

İstihbarat Çarkı. (2022). Milli İstihbarat Teşkilatı: https://www.mit.gov.tr/t-cark.html adresinden alındı

Jensen, C. J., McElreath, D. H., & Graves, M. (2017). *Introduction to intelligence studies*. Routledge.

Johansson, L. R. M., & Xiong, N. (2003). Perception management: an emerging concept for information fusion. *Information Fusion*, *4*(3), 231-234.

Joint Chiefs of Staff. (2013). *Joint Publication 2-0: Joint Intelligence*.

Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2017). *Propaganda ve ikna*. (R. K. Duru, E. Akşar, L. Aladağ, E. Erençin, K. Obalı, S. Papuççiyan , . . . B. A. Şahin, Çev.) Artes Yayınları.

K.K. Eğitim ve Doktrin Komutanlığı. (1996). *Körfez savaşından alınan dersler*. Ankara: K.K. Eğitim ve Doktrin Komutanlığı Yayınları.

Kahn, D. (1996). *The Codebreakers: The comprehensive history of secret communication from ancient times to the internet.* Simon and Schuster.

Kahn, D. (2001). An historical theory of intelligence. *Intelligence and national security*, *16*(3), 79-92.

Karaşahan, M. (2003). *Terör'ün Efendileri*. Pınar Yayınları.

Kellner, D. (1995). *Reading the Gulf War*. London: Media Culture.

Kellner, D. (2004). 9/11, spectacles of terror, and media manipulation: A critique of Jihadist and Bush media politics. *Critical Discourse Studies, 1*(1), 41-64.

Kellner, D. (2004). The Persian gulf tv war revisited. S. Allan, & B. Zelizer (Dü) içinde, *Reporting war journalism in wartime*. London: Routledge.

Kent, Sherman. 1949. *Strategic Intelligence for American World Policy*. Princeton, New Jersey.

Kluver, R. (1995). Contributions of Jacques Ellul's. In Propaganda" *to Teaching and Research in Rhetorical Theory". Annual Meeting of Speech Communication Association (81st), San Antonio, Texas, November* (pp. 16-21).

Koca, H. İ. (2019). Stratejik İstihbarat. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 6*(4), 2187-2198.

Krizan, L. (1999). *Intelligence essentials for everyone* (No. 6). Joint Military Intelligence College.

Laqueur, W. (1985). *World of Secrets*. Basic Books.

Lasswell, H. D. (1971). *Propaganda technique in world war I.* MIT press.

Laurent, E. (1991). *Çöl Fırtınası*. (E. Akbulut, Çev.) İstanbul: E Yayınları.

Le Bon, G. (1997). *Kitleler Psikolojisi*, (çev. Yunus Ender), İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Leonard, B. (Ed.). (2011). *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms: As Amended Through April 2010.* DIANE Publishing.

Lerner, K. L., & Lerner, B. W. (2004). *Encyclopedia of espionage, intelligence and security.* Gale.

Lewis, Paul. 2002. "Harry Rositzke, 91, Linguist And American Spymaster". *The New York Times,* Kasım 8.

Lowenthal, M. M. (2009). The Intelligence Time Event Horizon. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence, 22*(3), 369-381.

Lowenthal, M. M. (2022). *Intelligence: From secrets to policy (9th edition).* CQ press.

Machiavelli, N. (2007). *Discourses on Livy*. (Ninian Hill Thomson. Çev). Dover.

Martin, L. J. (1958). *A Psychological Warfare Casebook.* Baltimore: The John Hopkins Press.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly, 36*(2), 176-187.

McDowell, D. (2008). *Strategic intelligence: a handbook for practitioners, managers, and users* (Vol. 5). Scarecrow Press.

McNamara, R. (1995). *In retrospect: The tragedy and lessons of Vietnam*. Vintage.

Milli İstihbarat Teşkilatı (b.t.). İstihbarat Çarkı. 13.07.2022. https://www.mit.gov.tr/t-cark.html

Milli İstihbarat Teşkilatı (b.t.). İstihbarat Sözlüğü. 13.07.2022. https://www.mit.gov.tr/mks/sozluk.html

Mitrokhin, V. (2000). *The mitrokhin archive: The KGB in Europe and the West*. Penguin.

Mutlu, M. (2003). *Vietnam'dan Körfez'e savaşlarda kamuoyu oluşumu*. İstanbul: Okumuş Adam Yayınları.

Nelson, R. A. (1996). *A chronology and glossary of propaganda in the United States*. Greenwood.

Office of the Director of National Intelligence [ODNI]. (2011). US National Intelligence: An Overview.

Oxford Learners Dictionary. Rhetoric. 13.07.2022. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/rhetoric?q=rhetoric

Önder, H. & Kodaman, T. (2022). İstihbarat ve Dış Politika İlişkisi, *International Journal of Politics and Security*, 4(2). 39-64.

Özdağ, M. (2003). *Örtülü İstila ve Psikolojik Savaş: Toplu Eserler-3*. Kripto.

Özdağ, Ü. (2018). *Algı Yönetimi Propaganda, Psikolojik Savaş, Örtülü Operasyon ve Enformasyon Savaşı.* Ankara: Kripto kitaplar.

Özkaya, A. (1997). Medya ve körfez savaşı. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 52(1).

Parry-Giles, S. J. (1994). Propaganda, effect, and the cold war: Gauging the status of america's "war of words". *Political Communication, 11*(2), 203-213.

Persily, N., & Tucker, J. A. (Eds.). (2020). Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform.

Phythian, M., Gill, P., & Marrin, S. (Eds.). (2008). *Intelligence Theory: key questions and debates.* Routledge.

Powaski, R. E. (2000). David E. Murphy, Sergei A. Kondrashev, and George Bailey, Battleground Berlin: CIA versus KGB in the Cold War. *SLAVIC REVIEW, 59*(2), 467-467.

Psychological Operations. (1999). *Air Force Doctrine Document* 2-5.3.

Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 35*(01).

Richmond, J. A. (1998). Spies in ancient greece. *Greece & Rome, 45*(1), 1–18.

Rubin, B. (2000). Fiyaskoların Alası, 1991. *Avrasya Dosyası*, 6(3), 161-179.

Russell, R. (2002a). CIA's Strategic Intelligence in Iraq. *Political Science Quarterly*, 112(2). 191-207.

Russell, R. (2002b). Tug of War: The CIA's Uneasy Relationship with the Military. *SAIS Review*, 22(2). 1-18.

Sabah. (1990, Eylül 10). Liderler mutabakatı.

Sabah. (1990, Eylül 7). Gorbaçov-Aziz görüşmesinden bir sonuç çıkmadı.

Sabbagh, Dan, Dan Sabbagh Defence, ve security editor. (2022). "'War-Enabling, Not War-Winning': How Are Drones Affecting the Ukraine War?" *The Guardian.*

Sağlam, K. (1999). *Körfez savaşı ile değişen güç dengeleri*. İstanbul: Ziya Yayınları.

Salinger, P., & Laurent, E. (1991). *Körfez savaşı gizli dosya*. (E. Akbulut, Çev.) İstanbul: E Yayınları.

Saydam, Ali. (2015). *Algilama Yönetimi* (10. Basım). Remzi Kitabevi.

Sazak, D. (2002). *11 Eylül gölgesinde Saddam*. İstanbul: Doğan Yayınları.

Scaparrotti, C. M. (2012). *Joint Publication 3-13 Information Operations*.

Schwartz, Lowell H. 2009. *Political Warfare against the Kremlin: US and British Propaganda Policy at the Beginning of the Cold War*. 2009th edition. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Scott-Smith, G. (2012). Psychological warfare for the West: Interdoc, the West European intelligence services, and the international student movements of the 1960s. içinde *The Establishment Responds* (pp. 123-138). Palgrave Macmillan, New York.

Secret Intelligence Service (SIS) (b.t.). About us. 13.07.2022 https://www.sis.gov.uk/about-us.html

Secret Intelligence Service (SIS). (2010). *National intelligence machinery*. The Stationary Office.

Şen, S. (1991). *Körfez ve Ortadoğu*. İstanbul: Hava Harp Okulu Yayınları.

Sert, Tuncay. (2014). Birinci Körfez Savaşı'nda ABD tarafından yürütülen psikolojik harekat ve propaganda faaliyetleri. *Harp Akademileri, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*

Sheikh, A. T. (1990). Soviet and Western Media Coverage of The Afghan Conflict. *Strategic Studies, 13*(3), 35-63.

Sheldon, R. M. (2004). *Intelligence activities in ancient Rome: Trust in the gods but verify*. Routledge.

Sheldon, R. M. 1988. "Tradecraft in ancient Greece". *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence 2*(2):189-202.

Shulsky, A. N., ve Schmitt, G. J. (2002). *Silent warfare: understanding the world of intelligence* (3rd edition). Potomac Books, Inc..

Siegel, P. C. (2005). Perception Management: IO's Stepchild?. *Low Intensity Conflict & Law Enforcement, 13*(2), 117-134.

Statista. Twitter - Statistics & Facts. 13.07.2022. https://www.statista.com/topics/737/twitter/#topicHeader__wrapper

Stupak, R. J. (2000). Perception management: an active strategy for marketing and delivering academic excellence, business sophistication, and communication successes. *Public Administration & Management, 5*(4), 250-260.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review, 20*(3), 571-610.

Tarhan, N. (2003). *Psikolojik savaş*. Timaş Yayınları.

Taylor, P. M. (1992). *War and the media propaganda and persuasion in the Gulf war*. Manchester: Manchester University Press.

The Russian Government (TRG). (b.t). About us: federal security service—13 Temmuz 2022, gönderen http://government.ru/en/department/113/

Thomson, David. 2011. "Elia Kazan: Biggest Rat of the Pack". *The Guardian*.

Timur, T. (1996). *Küreselleşme ve demokrasi krizi*. Ankara: İmge Kitapevi.

Treverton, G. F. (2003). *Reshaping national intelligence for an age of information*. Cambridge University Press.

Türk Dil Kurumu (b.t.). *Genel türkçe sözlük.* 13.07.2022. https://sozluk.gov.tr/

Tomak, Ö. (2020). İstihbarat Kurumlarının Askeri Darbelere Etkisi: Ajax Operasyonu Örneği. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(4). 2224-2238.

Tzu, S. 1998. *The Art of War*. (R. Wilkinson, Çev.) Wordsworth Editions.

Uslu, N. (1999, Temmuz-Eylül). Körfez savaşı ve Amerika'nın politikaları. *A.Ü.S.B.F Dergisi*, *54*(3).

Utma, S. (2018). Digital çağda medyanın psikolojik gücü: algı yönetimi perspektifinden kuramsal bir değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *22*(Özel Sayı 3).

Uyar, M. (2021). *Savaş çalışmaları el kitabı*. İstanbul: Kronik Kitap.

Uylas, S. D., & Argon, T. (2020). Developing Perception Management Scale (Administrator Version): A Study on Validity and Reliability. *OPUS International Journal of Society Researches, 16*(29 Ekim Özel Sayısı), 3302-3320.

Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2004). New media, new movements?. *The Role of the Internet in Shaping the 'Anti-globalization' Movement, Cyberprotest*, Routlege, London, 87-108.

Walters, V. A. (1978). *Silent missions*. Doubleday Books.

Walton, D. (1997). What is propaganda, and what exactly is wrong with it. *Public Affairs Quarterly, 11*(4), 383-413.

Warner, M. (2019). Wanted: A definition of 'intelligence'. *In Secret Intelligence* (pp. 4-12). Routledge.

Weaver, D. (1994). Media agenda setting and elections: Voter involvement or alienation?. *Political Communication, 11*(4), 347-356.

Yalçınkaya, H. (2008a). *Savaş uluslararası ilişkilerde güç kullanımı*. Ankara: İmge Kitabevi.

Yalçınkaya, H. (2008b). Savaşlarda Asker-Medya İlişkilerinin Geldiği Son Aşama: İliştirilmiş Gazetecilik. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5(19). 29-56.

Yılmaz, S. (2007). *21. yüzyılda güvenlik ve istihbarat*. İstanbul: Milenyum Yayınları.

Zaman, K. (2007). *Perception Management: A Core IO Capability*. NAVAL POSTGRADUATE SCHOOL MONTEREY CA.