

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**RUSYA FEDERASYONU'NUN DIŞ POLİTİKA YAPIMI SÜRECİNDE MEDYAYI BİR
PROPAGANDA ARACI OLARAK KULLANMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ANASTASİYA YEROKHINA

Ekim 2022

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**RUSYA FEDERASYONU'NUN DIŞ POLİTİKA YAPIMI SÜRECİNDE MEDYAYI BİR
PROPAGANDA ARACI OLARAK KULLANMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ANASTASİİA YEROKHINA

DANIŞMAN
DOÇ.DR. İSMAİL ERMAĞAN

Ekim 2022

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Anastasiia YEROKHINA

Danışmanlığını yaptığım işbu tezin tamamen öğrencinin çalışması olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığını taahhüt ederim.

Doç. Dr. İsmail ERMAĞAN

ONAY

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Yüksek Lisans öğrencisi olan Anastasiia Yerokhina'nın hazırladığı ve jüri önünde savunduğu “**Rusya Federasyonu’nun Dış Politika Yapımı Sürecinde Medyayı Bir Propaganda Aracı Olarak Kullanması**” başlıklı tezi kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

Tez Danışmanı:

Doç Dr. İsmail ERMAĞAN

.....

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Üyeler:

Dr.Öğr.Üyesi Özlem YÜCEL

.....

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Doç. Dr. Gökmen KILIÇOĞLU

.....

Kurumu: Düzce Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 28/10/ 2022

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sürecinde bana hiçbir desteğini esirgemeyen ve bütün yüksek lisans süreci boyunca yanımda olan sevgili aileme ve çalışmanın planlamasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve her aşamasında ilgi ve desteğini esirgemeyen,engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, zamanını esirgemeyerek bana her fırsatta yardımcı olan değerli danışmanım Doç. Dr. İsmail Ermağan’a sonsuz şükranlarımı sunuyorum. Önemli eleştiri ve kıymetli önerileri ile teze katkıda bulunan değerli jüri üyeleri Dr.Öğr.Üyesi Özlem Yücel ve Doç. Dr. Gökmen Kılıçoğlu’ya teşekkür ediyorum.

Anastasiia Yerokhina

İstanbul, Ekim 2022

İÇİNDEKİLER

BİLDİRİM.....	I
ONAY	II
TEŞEKKÜR.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
KISALTMALAR.....	VII
TABLolar LİSTESİ	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	X
GRAFİKLER LİSTESİ.....	XIII
ÖZET.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
GİRİŞ.....	1
1. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	6
1.1. Dış politikanın oluşum unsurları.....	6
1.1.1. Nicel Unsurlar.....	7
1.1.2. Nitel unsurlar.....	8
1.1.3. Uluslararası unsurlar.....	9
1.1.4. Karar verme sürecini etkileyen iç unsurları.....	10
1.2. Teorik Yaklaşım.....	11
1.3. Medyanın yeri ve işlevleri.....	13
1.3.1. Medya kavramı.....	16
1.3.2. Medya çeşitleri.....	17
1.3.3. Medyanın görevleri.....	20
1.4. Propaganda.....	21
1.4.1. Propaganda kavramı.....	23
1.4.2. Propaganda çeşitleri.....	25
1.4.3. Propaganda oluşturma teknikleri.....	29
1.4.4. Propaganda mı, yumuşak güç mü?.....	31
2. RUSYA FEDERASYONU’NUN ÜLKE ANALİZİ	34
2.1. Ülkenin kısa bir tarihçesi.....	35
2.1.1. Erken tarih.....	35

2.1.2. Moskova Knezliği.....	36
2.1.3. Rusya Çarlığı.....	37
2.1.4. Rusya İmparatorluğu.....	38
2.1.5. SSCB'nin kuruluşu.....	41
2.1.6. SSCB'nin ilk dönemi.....	41
2.1.7. İkinci Dünya Savaşında ve sonrası SSCB.....	46
2.1.8. Kruşçev çözülmesi.....	49
2.1.9. Brejnev dönemi.....	49
2.1.10. Perestroyka ve SSCB'nin dağılımı.....	49
2.1.11. Rusya Federasyonu'nun kuruluşu ve Yeltsin dönemi.....	50
2.1.12. Putin dönemi ve çağdaş Rusya.....	50
2.2. Siyasal yaşam.....	51
2.2.1. Rusya'da kuvvetler ayrılığı.....	52
2.2.2. Rusya Federasyonu Anayasası.....	53
2.2.3. Baskı grupları.....	54
2.2.4. Rusya'da düşünce akımları.....	59
2.2.5. Rusya'da iktidar-muhalefet ilişkileri.....	60
2.3. Ekonomik kapasite.....	66
2.4. Askeri kapasite.....	72
2.5. Nüfus.....	74
3. PROPAGANDA ARACI OLARAK RUSYA'NIN MEDYAYI KULLANMASI.....	78
3.1. Rus medyasının yapısı.....	78
3.1.1. Rusya'nın iki türlü propagandist medya faaliyetleri.....	78
3.1.2. Dış politikada Rus medyasının tipleri.....	81
3.1.3. Propaganda amaçlı kullanılan medyanın kadrosu ve finansı.....	87
3.2. Dış politika yapımı sürecinde Rus medyasının propaganda örnekleri.....	89
3.2.1 2015 Rus Suhoy Su-24 uçağının düşürülmesi.....	90
3.2.2. 2017 Fransa Cumhurbaşkanlığı seçimi ve Sarı Yelekliler Hareketi.....	95
3.2.3. Rusya-Ukrayna Savaşında neo-Nazi anlatısı.....	99
3.2.4. Batı Balkanlar'ın Avrupa-Atlantik entegrasyonu.....	104
3.2.5. 2016 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimi.....	108
3.2.6. 2014 Rusya'nın Kırım'ı ilhakı.....	111
3.2.7. Rusya'nın Müslümanlara yönelik propagandası.....	114
3.3. Rus propagandasının başarısının sırları.....	116

SONUÇ.....	120
KAYNAKÇA.....	123
ÖZGEÇMİŞ.....	143

KISALTMALAR

ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
AB	:	Avrupa Birliği
ATO	:	Antiteroristîçna Operatsiya / Anti Terör Operasyonu
BBC	:	British Broadcasting Corporation / Britanya Yayın Kuruluşu
CNN	:	Cable News Network / Kablolu Haber Ağı
DAA	:	Deutscher Akademischer Austauschdienst / Alman Akademik Değişim Servisi
DNC	:	Democratic National Committee / Demokratik Ulusal Komite
DW	:	Deutsche Welle / Alman Dalgası
FDP	:	Freie Demokratische Partei / Hür Demokratik Parti
FSB	:	Federal Güvenlik Servisi
GSYİH	:	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMF	:	International Monetary Fund / Uluslararası Para Fonu
İŞİD	:	Irak ve Şam İslam Devleti
KGB	:	Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti / Devlet Güvenlik Komitesi
NATO	:	North Atlantic Treaty Organization / Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
NEP	:	Novaya Ekonomiçeskaya Politika / Yeni Ekonomi Politikası
RF	:	Rusya Federasyonu
RFKP	:	Rusya Federasyonu Komünist Partisi
RLDP	:	Rusya Liberal Demokratik Partisi

RT	:	Russia Today / Rusya Bugün
SSCB	:	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
SPD	:	Sozialdemokratische Partei Deutschlands / Almanya Sosyal Demokrat Partisi
STK	:	Sivil Toplum Kuruluğu
VGTRK	:	Vserossiyskaya gosudarstvennaya Televizionnaya i Radioveşchatelnaya Kompaniya / Tüm Rusya Devlet Televizyon ve Radyo Yayıncılık şirketi
VOA	:	Voice of America / Amerika'nın Sesi

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sert Güç ve Yumuşak Güç.....	32
Tablo 2. Rusya Hakkında Genel Bilgiler.....	34
Tablo 3. Rusya'nın Yıllara Göre Doğal Kaynak Üretimi.....	67
Tablo 4. Rusya Federasyonu'ndaki En Kalabalık Etnik Topluluklar.....	75
Tablo 5. Rusya'da Dinlerin Dağılımı.....	77

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Harold Laswell’in Medyanın İletişim Süreci Teorisinin Modeli.....	17
Şekil 2. O’Shaughnessy ve Stadler Dünya/Gerçeklik – Medya – Kitle Modeli.....	17
Şekil 3. Benjamin Franklin’in “Katıl ya da Öl” İllüstrasyonunda Propaganda Kullanımı..	24
Şekil 4. A. Stahanov Time Dergisinin Kapağında.....	44
Şekil 5. Pavlik Morozov ile Propaganda Afişi.....	45
Şekil 6. “Vatan Ana Seni Çağırıyor” Propaganda Afişi.....	46
Şekil 7. “ABD ile Adım Adım” Karikatürü.....	48
Şekil 8. Rusya’nın Federal Bölümleri.....	52
Şekil 9. Rusya’nın Siyasi Partileri.....	61
Şekil 10. Federal Birimlerine Göre Rusya’nın Nüfus Yoğunluğu (2013).....	74
Şekil 11. Eski Sovyet Ülkeleri.....	82
Şekil 12. RT’nin “Ankara IŞİD’i savunuyor, Türk yetkililerin petrol ticaretinde finansal çıkarları var - Başbakan Medvedev” Haberi.....	91
Şekil 13. 2 Aralık 2015 Tarihli RT’nin “Rusya, IŞİD’in Petrol Ticaretinde Türkiye’nin Rolünün Kanıtını Sunuyor” Haberi.....	92
Şekil 14. 2 Aralık 2015 Tarihli RT’nin “Rusya, Türkiye’nin Erdoğan ve Ailesinin Yasadışı IŞİD Petrol Ticaretine Dahil Olduğunu Söylüyor” Haberi.....	92
Şekil 15. 25 Şubat 2016 Tarihli RT’nin “Türkiye ve Suudi Arabistan Desteklemeseydi IŞİD’i Yenmek Kolay Olurdu - Esad’ın danışmanı RT’ye” Haberi.....	93
Şekil 16. 2 Ocak 2016 tarihli Sputnik’in “Gerçek Renkler: Erdoğan’ın Hitler Hükümetine Hayranlığının Nedeni” Haberi.....	94
Şekil 17. 20 Nisan 2016 Tarihli Sputnik’in “Eski CIA Yetkilileri: Erdoğan Suç İzlerini Medyayı Hedefleyerek Kapatıyor” Haberi.....	94
Şekil 18. 4 Şubat 2017 tarihli Sputnik’in “Eski Fransa Ekonomi Bakanı Macron, Bankaların Çıkarlarını Lobi Yapan 'ABD Temsilcisi' Olabilir” Haberi.....	96

Şekil 19. Russia Today Kanalında “RT’ye Teşekkür Ederiz! RT’ye Teşekkür Ederiz!” Diye Bağırın Sarı Yeleklilerin Videosu.....	98
Şekil 20. 4 Aralık 2018 Tarihli RT’nin “Fransız Polisi Protestoculara Barış Jesti Olarak Kaskları Çıkardı, Video VİRAL Oldu” Haberi.....	98
Şekil 21. 15 Ekim 2014 Tarihli RT’nin “Nazi Gibi Yürüyor ve Nazi Gibi Vaklıyorsa, Aşırı Sağdır” Haberi.....	101
Şekil 22. 6 Eylül 2019 Tarihli Sputnik Türkiye’nin “Ukraynalı Naziler: Kimler, Neden Bu Kadar Nüfuza Sahipler ve Niçin Batı Basını Onları Görmezden Geliyor?” Haberi.....	101
Şekil 23. 1 Mayıs 2021 Tarihli RT’nin “Batı, Kyiv’de 2. Dünya Savaşı Nazi 'SS'sini Onurlandıran Yürüyüşe Göz Yumdu: Ukrayna Faşist Bir Devlet Olmayabilir, Ancak Faşizm Sorunu Var” Haberi.....	102
Şekil 24. 31 Mayıs 2022 Tarihli RT’nin “Ukrayna’nın Azov Taburu Neo-Nazi Amblemini Değiştirdi – Medya” Haberi.....	102
Şekil 25. 22 Haziran 2022 Tarihli RT’nin “Sempatimize Değmez: Ukrayna’nın Neo-Nazi Azov Taburunun Hikayesi” Haberi.....	103
Şekil 26. 25 Haziran 2022 Tarihli RT’nin “Ukrayna’nın Neo-Nazi Azov Taburu 'Devlet İçinde Devlet' Kurdu ve Hem Rusya’yı Hem de Liberal Batı’yı Hor Görüyor” Haberi.....	103
Şekil 27. 9 Nisan 2017 Tarihli Sputnik’in “ÖZEL. Vučić: Sırbistan, NATO Saldırganlığının Kurbanları İçin Bir Anıt İnşa Ediyor” Haberi.....	106
Şekil 28. 16 Şubat 2018 Tarihli RT’in “Kosova: On Yıllık bir Bağımlılık” Haberi.....	106
Şekil 29. 30 Ağustos 2019 Tarihli RT’nin “Kosova İçin Vizeler Mi? Sırbistan İçin Ticaret Yok Mu? AB Hala 1999 Yılındaki Gibi Davranıyor” Haberi.....	107
Şekil 30. 20 Ekim 2016 Tarihli RT’nin “Clinton ve DNC, Seçim Komisyonu Şikayetinde Dolandırıcılık ve Finans İhlalleriyle Suçlandı” Haberi.....	109
Şekil 31. 22 Ekim 2016 Tarihli RT’nin “Çoğu Amerikalı, Hillary’nin E-posta Skandalı İçin Suçlanmasını İstiyor – Anket” Haberi.....	110
Şekil 32. 27 Şubat 2014 Tarihli RT’nin “Kırım Hakkında Bilmeniz Gereken Gerçekler ve Kargaşa İçinde Olduğunun Nedenleri” Haberi.....	112

Şekil 33. 11 Haziran 2014 Tarihli RT'nin "Ukrayna 23 yıl Önce Kırım'ı İlhak Etti - Duma Konuşmacısı" Haberi	112
Şekil 34. 7 Mart 2021 Tarihli RT'nin "İsviçreli Seçmenler, Halka Açık Yerlerde Yüz Maskesi Takmayı Yasaklayan 'Burka Yasağını' Destekliyor" Haberi.....	115
Şekil 35. 24 Ocak 2022 Tarihli RT'nin "İngiltere'de 'En Az Sevilen' Kişiler Açıklandı" Haberi.....	116

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Rusya'nın İhracatında Başlıca Ürünler.....	70
Grafik 2. Rusya'nın İthalatında Başlıca Ürünler.....	70
Grafik 3. Rusya'nın Ülkelere Göre İhracatı 2020 (Milyar Dolar, % Pay).....	71
Grafik 4. Rusya'nın Ülkelere Göre İthalatı 2020 (Milyar Dolar, % Pay).....	71

ÖZET

Medya ortaya çıktığında beri toplumda önemli role sahiptir. Önce ancak haber verme görevini yapan medya zamanla kendine kültürel devamlılık, toplumsallaştırma, kamuoyu yaratma ve eğlendirme görevlerini üstlenmiştir. Ayrıca insanoğlunun gelişimiyle medya kendisi de gelişmektedir. Bugünümüzde medyanın birkaç çeşidi vardır. Bunlar: basılı medya, işitsel medya, görsel medya ve internet'tir. Propaganda kavramının aktif bir şekilde ancak son yıllarda kullanılmasına rağmen olgu kendisi medya ile birlikte ortaya çıkmıştır. Sümer, Babil, Mısır, Aztek, Maya gibi tarihsel medeniyetlerde bile şimdiki hali ile olmasa da propaganda kullanılmıştır. Sovyet Birliği'nin ve Nazi Almanyası'nın II. Dünya Savaşı dönemindeki kullandığı propaganda ile propaganda bir olgu olarak başka düzeye çıkmıştır ve günümüzde aktif bir şekilde uygulanmaktadır. Medyanın dördüncü kuvvet olduğunu bilen devletler medyayı propaganda amacıyla kendi dış politikasında kullanmaktadır. Bu özellikle küresel ve/veya bölgesel aktörler için geçerlidir. Rusya Federasyonu ise, bu ülkelerden biridir.

Bu çalışmada, Rusya Federasyonu'nun dış politika yapımı sürecinde medyayı bir propaganda aracı olarak kullanması analiz edilmektedir. Bu çalışma neticesinde, Rusya'nın dış politikasında istediği hedeflere varmak için Russia Today, Sputnik gibi haber ajansları ve troll fabrikasını kullandığını, propagandanın oluşturma sürecinde değişik teknikleri uyguladığı, kendi propagandasını hem eski Sovyet ülkelere, hem diğer dünya ülkelere yaydığı sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada ele alınan Rus medyasının propaganda örnekleri ile Rusya Federasyonu'nun dış politika yapımı sürecinde medyayı bir propaganda aracı olarak kullandığını doğrulanmıştır. Ayrıca alınan örneklerde Rus medyası kendi propagandasında hem Rusya'nın tarihi, siyasi, ekonomik, askeri ve demografik potansiyelini, hem propagandanın hedef aldığı ülkelerin iç ve dış sorunların nasıl kullandığını gösterilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rusya, Medya, Propaganda, Dış politika, Enformasyon savaşı, Dezenformasyon.

ABSTRACT

The media has played an important role in society since it emerged. The media, which only served as news at first, took on the tasks of cultural continuity, socialization, public opinion creation and entertainment over time. In addition, with the development of human beings, the media itself develops too. There are several types of media today. These are: print media, audio media, visual media and the Internet. Although the concept of propaganda has been used actively only in recent years, the phenomenon itself has emerged with the media. Even in historical civilizations such as Sumer, Babylon, Egypt, Aztec, and Maya, propaganda was used, although not in its current form. With the Soviet Union and Nazi Germany propaganda used in the World War II period, propaganda has gone to another level as a phenomenon and is actively applied today. States that know that the media is the fourth power use the media in their foreign policy for propaganda purposes. This is especially true for global and/or regional actors. The Russian Federation is one of these countries.

The use of the media as a propaganda tool in the foreign policy making process of the Russian Federation is analyzed in this study. As a result of this study, it has been concluded that Russia uses news agencies such as Russia Today and Sputnik and a troll factory to achieve its desired goals in its foreign policy, applies different techniques in the creation process of propaganda, and spreads its own propaganda both to the former Soviet countries and to other world countries. It has been confirmed that the Russian Federation uses the media as a propaganda tool in the foreign policy making process with the Russian media propaganda examples discussed in this study. In addition, in the taken examples, the Russian media demonstrates the usage in propaganda of both the historical, political, economic, military and demographic potential of Russia and the domestic and foreign problems of the countries targeted by the propaganda.

Key words: Russia, Media, Propaganda, Foreign policy, Information warfare, Disinformation.

GİRİŞ

Medya; gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi iletişim araçları içeren bir kavramdır. İnsanoğlunun geliştirilmesi ve yeni medya çeşitlerinin sürekli ortaya çıkmasıyla birlikte medyanın görevleri de insanların dönüşen yeni imkanları ve ihtiyaçlarına göre değişmiştir. Zamanla haber alma görevinden başka medyaya yeni işlevler eklenmiştir. Medyanın olanakları çoğaldıkça siyaset yapısında da önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Devlet liderleri kitleyi manipüle etmesi amacıyla medyayı kullanmaya başlamıştır. Hem iç hem dış politikada medya bir propaganda aracı olarak kullanılmaya başlamıştır. Özellikle, XX. yüzyılda medya uluslararası ilişkilerin değişmez ve sabit unsuru olmuştur. SSCB'nin Marksist-Leninist felsefesi ya da Nazi Almanyası'nın ideoloji bunun çok iyi örnekleridir. Ama kuşkusuz tek değildir. XXI. yüzyılda ise medyanın önemi hiç azalmamış; hatta tam ters daha çok etkili olmuştur. Şimdi basılı medya ötesinde meydana gelmiş olan dijital medya bilgiyi daha hızlı ve kolay bir şekilde insanlara sunmaktadır. Böylece propaganda çağdaş çeşitli kanalları kullanarak güçlü bir etken olmuştur. İnsanın okuduğu gazeteler, izlediği televizyon kanalları, kullandığı sosyal medya onun dünya görüşünü şekillendirmektedir. Günümüzde medyanın dördüncü kuvvet olduğunu şüphesizdir ve bu anlamda hangi devlet onu ne amaçlarla kullandığını incelemek son derece önemlidir. Özellikle, bölgesel ve küresel güçler olan devletler kendi medya alanını gereken politika gündem hususlarına göre dikkatlice biçimlendirmektedir. Ayrıca birçok ülkenin devlet bütçeleri savunma ve medya alanlarına neredeyse aynı miktarda verilmektedir. Bu anlamda Rusya Federasyonu en iyi örneklerinden biridir. Dünyanın en büyük Rusça medya platformuna sahip olan Rusya, mesajlarını sadece Rusya Federasyonu'nun vatandaşlarına değil, bütün Rusça bilenlere yansıtmaktadır. Bu Rusça medya platformu, özellikle post-Sovyet ülkelerin Rusya'nın etki alanında kalması için önemlidir. 2014 yılında olan Kırım ilhakı ile başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı bunun en güzel neticesidir. Fakat propaganda amacıyla kullanılan Rus medyası, ancak Rusça olan farklı medya kanallarıyla sınırlandırılmamaktadır. Bunun dışında birçok dillerde erişime açık olan Russia Today, Sputnik gibi haber ajansları Kremlin propagandasını yürütmektedir. Sosyal medya da bu doğrultusunda çokça kullanılmaktadır. Böylece siber güvenlik alanında güçlü olan devletler bile etkilenmektedir. Örneğin, 2016 yılında olan ABD seçimleri; Rusya'nın Donald Trump'ın kazanmasına ne kadar büyük bir etkisi olup olmadığını uluslararası toplum tarafından hala çok tartışılan bir konudur. Çağdaş dünyamızda propaganda uluslararası ilişkilerin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bunu beğenmek ya da beğenmemekle ötesinde hangi devlet onu nasıl kullandığını bilmek önemlidir. Rusya Federasyonu küresel bir oyuncu olduğu için medyayı nasıl kullandığını ve bu doğrultusunda bizim nasıl korumamız gerektiğini bilmek lazımdır. Rusya'nın hangi medya

kanalları, hangi mesajları kullandığı ve bunun ne etkisi olduğunu ya da olabileceğini bilmek, propagandasının bize olan etkisinin azalmasına yaramaktadır.

Bu çalışmanın amacı; Rusya Federasyonu'nun dış politika yapımı sürecinde medyayı propaganda amacıyla nasıl kullandığını incelemektir. Çalışmada Rus propagandasının hangi kanalları olduğu, nasıl oluşturduğu, hangi teknikleri kullandığı, ne finans ve kadroya sahip olduğu ve nasıl etkilediğini ele alınmaktadır. Tezde ayrıca medya ve propaganda kavramların ve Rusya'nın ülke olarak tanımlanmasından bahsedilmektedir.

Tezin araştırma soruları;

- Dış politikanın oluşum unsurları neler olduğunu belirlemek;
- Medyanın yeri ve işlevlerini açıklamak;
- Propaganda kavramı, çeşitleri ve oluşturma tekniklerini tanımlamak;
- Rusya Federasyonu'nun tarihi, siyasi, ekonomik, askeri ve demografik özelliklerini analiz etmek;
- Rusya'nın enformasyon savaşında hangi medya tipleri kullandığını açıklamak;
- Rusya'nın medya anlamında hangi kadro ve finans kaynaklarına sahip olduğunu belirlemek;
- Rus propagandasının örneklerini ve onların etkisini incelemektir.

Tezin literatürdeki yeri bağlamında ifade edilmelidir ki, medyanın ve/veya propagandanın uluslararası ilişkilerdeki yeri yeni bir konu olduğu için diğer konulara göre o kadar iyi ve çok araştırılmış bir konu değildir. Özellikle, Rusya Federasyonu'nun medyayı bu bağlamda kullanması pek yaygın bir konu olmadığını söyleyebiliriz. Bu konu 2014 Ukrayna krizi ve 2016 ABD seçimlerinden sonra patlamasını yaşamıştır. Bunun için uluslararası örgütlerin ve herhangi bir devletin Dışişleri Bakanlığına bağlı olan kuruluşun raporları konunun temel kaynaklarıdır. Örneğin, Londra Kraliyet Uluslararası İlişkiler Enstitüsü (Chatham House) yardımcı üyesi, Çatışma İncelemeleri Araştırma Merkezi çalışanı, Cambridge Avrasya Güvenliği Merkezi uzmanı olan Keir Giles tarafından yazılmış ve Kasım 2016 tarihinde NATO Savunma Kolejinin monografisinde yayımlanmış olan *Handbook of Russian Information Warfare* adlı rehber, Rus siber savaşının kavramı, amaçları ve hedefleri, tarih ve gelişimi, gelecek olasılıkları gibi konulara değinmektedir. Bu çalışma, siber savaşın esasları dahil Rus enformasyon savaşının anlayışı ile ilgili giriş rehberi olarak konumlandırılmaktadır. Ukrayna krizinin başlamasından sonra birçok araştırma tek bu hususa odaklandığında bu rehber Rus enformasyon savaşını daha geniş ve kapsamlı çerçevede analiz etmektedir. Rehber, Rus enformasyon savaşının metotlarına dayandığı için konu belli bir hususun özelliklerine değil, ortak niteliklerini açıklamaktadır. Böylece her başka istendiği hususta bu niteliklerin bulunması daha kolaydır.

Konu ile ilgili başka dikkat çekici bir çalışma ise, ABD Dışışleri Bakanlığına bağlı olan Küresel Katılım Merkezi'nin (Global Engagement Center) Ağustos 2020 tarihli *Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem* adlı raporudur. Raporunda Rusya ABD'nin bilgi güvenliği için devamlı olarak büyük bir tehdit oluşturduğunu belirlenmektedir. Rapor ortak ve müttefik hkmetler, sivil toplum örgütleri, akademi, basın ve uluslararası toplumun dikkatine sunmaktadır. Rapor, propaganda ekosistemin farklı stnlarının hangi rol oynadığını göstermeye hizmet ettiğini vurgulanmaktadır. Raporda, Rus propaganda ekosisteminin resmi hükümet ifadeleri, devlet tarafından finanse edilen medya kuruluşları, proxy web siteleri, botlar, sahte sosyal medya kişilikleri, siber etkin dezenformasyon işlemleri gibi unsurlardan oluşturduğunu açıklanmaktadır. Bunun dışında raporda *The Strategic Culture Foundation, New Eastern Outlook, Global Research, News Front, Soth Front, Geopolitica.ru, Katehon* gibi birçok popüler proxy web sitelerinin analizleri vardır.

Rus propagandasının analiz edilmesi doğrultusunda ABD Dışışleri Bakanlığına bağlı olan Küresel Katılım Merkezi (Global Engagement Center) tarafından hazırlanan *RT and Sputnik's Role in Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem* adlı başka raporu Ocak 2022 yılında yayımlanmıştır. Bu rapor, RT ve Sputnik haber ajanslarının örgütsel yapısını, finansları ve propaganda örneklerini anlatmaktadır.

Medya ve propagandanın daha iyi ve yakından tanınması nedeniyle şimdiki Ukrayna Dışışleri Bakanı Dmytro Kuleba tarafından *Війна за реальність. Як перемагати у свімі фейків, правд і спільнот* (*Gerçeklik için savaş. Sahteler, gerçekler ve topluluklar dünyasında nasıl kazanılır?*) kitabı literatürde ayrı yer almaktadır. 2019 yılında basılmış olan kitabın sırf Rusya Federasyonu'nun propagandasına odaklı olmasına ve daha çok genel olarak medya ve propaganda etkisini anlatılmasına rağmen konuya katkıda bulunmaktadır. Çünkü yazar Rusya ile bilgi savaşı dahil savaş eden ülkenin Dışışleri Bakanı kendisi olduğundan dolayı birçok Rus propagandasının unsurları ve teknikleri örnek olarak çalışmasında ele almaktadır.

Medyanın uluslararası ilişkilere olan etkisinin incelenmesi anlamında çok geniş ve konu ile ilgili farklı terimleri kapsayan bir kitap olan *Encyclopedia of Social Media and Politics* 2014 yılında yayımlanmıştır. Kerrie Harvey tarafından derlenen kitap medya ve uluslararası ilişkiler konulu ansiklopedidir. Rus propagandası özelinde ise kitabın bir kavramın açıklandığında Rus medyasından örnekleri bulunmaktadır. Ayrıca Rusya adlı parçasında propaganda kullanımına değinen birçok örnek vardır.

Bir türlü konu ile ilgili olan tezler de vardır. Örneğin, 2019 yılında Sakarya niversitesi yüksek lisans ğrencisi olan Yuliia Yatsenko tarafından yazılan *Rus Propagandasının Avrupa Birliği ülkelerine etkisi* adlı tez "Lisa" hikayesi çerçevesinde Rus propagandasının manipülasyonu, propagandasının metotları, Avrupa'daki amaçları, mesajları ve diğer konuları kapsamaktadır.

Marmara Üniversitesi öğrencisi olan Violeta Stratan Ilbasmış'ın *ABD ve Rusya medyası arasındaki enformasyon savaşı: Ukrayna krizi örneği (2014)* doktora tezi başka dikkat çekici bir çalışmadır. Tez hem genel olarak enformasyon savaşının anlamının açıklanması hem de ABD-Rusya enformasyon savaşının çerçevesinde Rus medyası ve onların mesajlarının incelenmesi ile okuyucuların ilgisini çekmektedir. Haziran 2018 tarihinde sunulmuş olan İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencisi Mushfig Huseynov'un *İkinci Dünya Savaşı Rus Propagandası* adlı yüksek lisans tezi başka bir dönem analiz edilmesine rağmen bu çalışma çağdaş Rusya hangi propaganda metotları ve tekniklerini miras aldığı izlenmesinde yardımcı olmaktadır. Türkçe tezlerin dışında Ukraynaca tezleri de katkıda bulunmaktadır. 2018 tarihli olan Semen Nataliia'nın *Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів "Правда.Ру" та "Російський діалог")* (*Ukrayna'ya karşı bilgi savaşında bir faktör olarak Rus internet kaynakları ("Pravda.Ru" ve "Rossiyskiy dialog" web siteleri örneğinde)*) tezinde belli Rus medya kanallarının incelenmesi sayesinde çalışma vurgulanmak gerektiği bir tez olduğunu söyleyebiliriz.

Farklı makaleler arasında 2015 yılında yayımlanmış ve Katherine Ognyanova tarafından yazılan *In Putin's Russia, Information Has You: Media Control and Internet Censorship in the Russian Federation* makalesi konulu literatürde ayrı bir yer almaktadır. Makale Rusya'da medya kontrolü ve bununla ilgili sonuçlar ve etkileri anlatılmaktadır.

Diğer kaynaklar arasında Euromaidan press haber ajansı tarafından yapılan *A guide to Russian propaganda* araştırması konuya önemli katkıda bulunmaktadır. Altı bölümden oluşan araştırma Rus propagandasının teknikleri incelenmektedir.

Konuya değinen literatür analizini yaptıktan sonra Rusya medyanın bir propaganda aracı olarak kullanımı konusu daha önce belirlediği gibi kendisi çok araştırılmamış bir konudur. Ama önemi özellikle son yıllarda arttığını da izleyebiliriz. Bu anlamda tezin konunun araştırılmasına ve bununla ilgili gelecek çalışmalara büyük katkıda bulunacağı şüphesizdir.

Tezde temel varsayım olarak şu söylenebilir; Rusya Federasyonu küresel güç olan bir devlet olduğu için dış politikasında farklı unsurları kullanmaktadır. Bu çerçevede medya kritik bir propaganda aracı olarak görülmektedir. Rus medya platformu dünyanın en büyük ve en güçlü platformlarından olduğu için onu kendi jeopolitik çıkarımlar adına kullanmaktadır. Rus propagandasının etkisi dünyada devamlı olarak hissedilmektedir.

Tez oluşturulurken kullanılan yöntem kapsamında; ilgili kitaplar, raporlar, makaleler, tezler gibi yazılı ve web kaynakları irdelenmiştir. Yazar Türkiye'de okuduğu için araştırmada çeşitli Türkçe kaynakları kullanmıştır. Yazarın İngilizce ve Lehçe bilmesi nedeniyle tezin yazılmasında farklı İngilizce ve Lehçe kaynaklarından faydalanmıştır. Bunun dışında yazarın

Ukrayna’da doğduğu için çalışmada Ukraynaca ve Rusça kaynakları okuyucuların dikkatine sunmuştur.

Tezin içeriği; giriş, gelişme ve sonuç olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde konunun kuramsal ve kavramsal çerçevesi incelenmektedir. Birinci bölüm önce dış politikanın oluşum unsurları ve bu özelinde teorik yaklaşımı ele almaktadır. Bölüm genel olarak medyanın yeri ve işlevlerine odaklıdır. Bölümün önemli parçası propaganda kavramı, amaçları, çeşitleri ve oluşturma tekniklerini anlatılmaktadır. Tezin ikinci bölümünde Rusya Federasyonu ülke olarak tanımlanmaktadır. İkinci bölümde Rusya’nın tarihi, siyasi, ekonomik, askeri ve demografi verileri analiz edilmektedir. Üçüncü bölümde ise Rusya’nın medyayı kullanması değerlendirilmektedir. Bu bölümde Rusya’nın medya tipleri, kadro ve finansı incelenmektedir. Son olarak Rus propagandasının örnekleriyle onların etkisi ele alınmaktadır.

1. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde tezin kavramsal ve kuramsal çerçevesi sunulmaktadır. Bu çerçevede öncelikle dış politikanın nasıl ve neden yapıldığı anlatılacaktır. Çünkü Rusya'nın dış politikasında medyayı bir propaganda aracı olarak kullanıp kullanmadığı veya nasıl kullandığı hususunu çözümlemede uluslararası ilişkiler disiplininin konuyu ele alış şekli gösterilmelidir. Akabinde tezin teorik çerçevesi yansıtılacaktır. Son olarak da medya ve propaganda kavramları açıklanacaktır.

1.1. DIŞ POLİTİKANIN OLUŞUM UNSURLARI

Türk dilinde devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatı siyaset veya politika olarak adlandırılmaktadır. *Siyaset* kelimesi Arapçadan önce Osmanlıcaya sonra ise günümüz Türkçesine geçmiştir. *Politika* kelimesi ise *polis* sözcüğünden gelmektedir ve Yunanca kökenlidir. *Polis* kelimesi aslında kent, devlet anlamlarına gelmektedir. Sözlerin etimolojisi ne kadar farklıysa da kullanımı bir o kadar geniştir. Maliye politikası, şantaj politikası, işgalci politika, Ortadoğu politikası, tarım politikası vb. Bunun gibi kullanım örneklerinin çok olmasına rağmen siyasal bilimlerde politika genel anlamda iç ve dış politika olarak ayrılmaktadır. İç politika devlet içerisindeki faktörlere bağımlıyken dış politika hem içsel hem de dışsal unsurların etkisindedir. Bu bağlamda dış politikanın analizini yaparken bir sürü faktörü doğru ayırmak ve gruplandırmak gerekmektedir. Aynı zamanda unsurların birbirinden bağımsız olmadığı ve sürekli birbirini etkilediğini unutmamak gerekmektedir. Dış politika ya da yüksek politika ismi ile adlandırılan siyasetin bu karışım yüzünden bir tanımı yoktur. Daha önce de belirlendiği gibi dış politikanın iki düzeyi vardır ve bunlardan sadece birini dikkate alıp incelemek mümkün değildir. Sadece içsel etkenleri ele alarak uluslararası boyutun esasları gösterilememektedir. Fakat bir devletin başka bir devlet ile ilişkilerinin araştırılması tek yönlü ve yanlış bir analizdir (Karacasulu, 2008: 11-12). Analizin zor olmasının başka bir sebebi de her ülkenin devlet ve hükümet kavramlarını farklı anlayışdır (Webber, Smirth, 2002: 2). Son sebep olarak, iç ve dış politikanın buluştuğu noktalar: iç politika, devletin hakimiyeti altında olanları ele alırken; dış politika, devletin hakimiyeti altında olmayanları içermektedir (Karacasulu, 2008: 12).

Dış politikanın incelemesi için bütün etkenleri gruplamak gerekirse:

-Ulusal unsurlar,

-Uluslararası unsurlar,

-Karar verme sürecini etkileyen iç unsurları

içeren bir aşama listesi olur.

Ek olarak, ulusal ve uluslararası unsurların kendi alt grupları da vardır. Bu tek kabul edilen analiz sistemi olmadığı için araştırmacının izlediği yöntem ve yaklaşıma göre birçok farklı sınıflama vardır. Ulusal unsurları sabit ve değişken, nicel ve nitel, somut ve soyut, maddi olan ve maddi olmayan şeklinde iki farklı gruba ayırma geleneği vardır. Uluslararası ilişkiler alanına büyük katkıda bulunan akademisyen Hans J. Morgenthau'nun *Uluslararası Politika* kitabında izlediği yaklaşıma göre:

1. Nicel,
 - 1.1. Coğrafya,
 - 1.2. Doğal Kaynaklar,
 - 1.3. Endüstri Kapasitesi (Ekonomik Kapasite),
 - 1.4. Askeri Kapasite,
 - 1.5. Nüfus,
2. Nitel,
 - 2.1. Ulusal Karakter,
 - 2.2. Ulusal Moral,
 - 2.3. Diplomasinin Niteliği,
 - 2.4. Hükümetin Niteliği

unsurları vardır. Türk literatüründe önemli bir yere sahip olan araştırmacı Tayyar Arı, *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika* başlıklı kitabında aynı yöntemi kullanmaktadır.

1.1.1. Nicel Unsurlar

Nicel unsurlar veya sabit unsurlar nispeten istikrarlı unsurlardır. Bu etkenlerin değişmez olması bir ülkenin hem avantajı hem de dezavantajı olabilir.

Coğrafya: Bir ülkenin konumu, doğrudan onun politikasını belirlemektedir. Ülkenin toprak bütünlüğü, sınır uzunluğu, hangi ülkelerle sınırının olduğu, denizler veya dağlarla çevrili olması bunların hepsi devletin gelişimini oluşturmaktadır (Morgenthau, 1970: 140-144; Arı, 2017: 139). Ulaşım ve haberleşme teknolojisi sayesinde coğrafi faktörün etkisi azalmış olmasına rağmen çağdaş dünyada bile hâlâ çok önemlidir. Bu faktörün önemini iyi anlayan araştırmacılar coğrafya unsurunu ele alarak jeopolitik teori haline getirmişlerdir. Alfred Thayer Mahan ve onun *Deniz Hakimiyeti Teorisi*, Halford John Mackinder ve onun *Kara*

Hâkimiyet Teorisi, Nicholas John Spykman ve onun *Kenar Kuşak Teorisi* bunun iyi örnekleridir.

Doğal Kaynaklar: Coğrafyaya bağlı olan bir ülkenin doğal kaynaklar açısından zengin olması, arazilerinin verimli olması dikkate alınması gereken önemli bir etkidir. Ülkenin verimli tarım alanlara sahip olması onun ekonomik kapasitesini pekiştiren, potansiyeli sağlayan ve ekonomik politikasını belirleyen bir faktördür (Morgenthau, 1970: 144-149; Arı, 2017: 142).

Endüstri Kapasitesi (Ekonomik Kapasite): Ülkenin ham madde kaynakları ne kadar zengin olursa olsun bunların doğru ve akıllı kullanılmaması halinde devletin gücüne bir katkı eklenmez. Günümüzde bir ülkenin gelişmiş ülkeler arasında yer alıp almadığı sorusuna cevap verilmek için sanayileşme durumu dikkate alınmaktadır. Sanayileşmiş devlet güçlü bir devletin olduğunu anlamına gelmektedir. Ülkenin ekonomik kapasitesini etkileyen başka unsurlar; ihracat miktarı, toplam gelir, kişi başına düşen milli gelir, üretim kapasitesi ve verimliliğidir (Morgenthau, 1970: 149-152; Arı, 2017: 144).

Askeri Kapasite: Güç kelimesi duyulduğunda akla ilk gelen askeri güç, silahlı kuvvetlerin hazır olma durumu ile alakalıdır. Askeri kapasite, silahlı kuvvetlerin asker sayısı ve onların eğitim seviyesi, silah donanımı ve teknolojisi gibi etkenleri kapsamaktadır (Morgenthau, 1970: 152-157; Arı, 2017: 146). Bir ülkenin askeri kapasitesi belki asla eylem olarak gösterilmemiş olabilmesi bu unsuru diğer unsurlardan ayırmaktadır. Özellikle, büyük devletler liginde yer alanların nükleer silahlara ve/veya başka kitle imha silahlarına sahip olma durumu bunun iyi bir göstergesidir. Bu tip silahların belki asla kullanılmaması halinde bile tehdit olarak uluslararası alanda yeterince yararlıdır.

Nüfus: Nüfusun büyüklüğünün devletin gücü ile doğrudan bağlanması büyük bir hatadır. Büyük bir nüfusa sahip olma durumu, elbette ülkenin gücüne de katkı sağlamaktadır ama fakir, sanayileşmemiş, doğal kaynakları az olan bir ülkede büyük nüfus ancak dezavantaj olarak algılanabilmektedir. Bunun dışında nüfusun büyük olmasının kendisi avantaj değildir. Fakat nüfusun genç ve eğitimli olması büyük bir avantajdır. Nüfusun eğitim seviyesi ülkenin doğal kaynaklarının doğru kullanılması, yeni askeri ve sanayi teknolojisinin üretimini doğrudan etkilemektedir. Eğitimsiz ve kalabalık nüfus ise ülkenin potansiyelini ve kapasitesini sadece düşürmektedir (Morgenthau, 1970: 157-162; Arı, 2017: 149).

1.1.2. Nitel Unsurlar

Nitel unsurlar veya değişken unsurlar aralıksız dönüşen ve değişen unsurlardır. Bir toplumun siyasal kültürü, onun inanç ve değer sistemi, kendine özgü kültürel, geleneksel, ideolojik, dinsel, etnik özellikleri ülkenin nitel unsurları olarak görölmektedir.

Ulusal Karakter: Bir milletin karakter özellikleri olarak tanımlanabilen bir ulusu diğer ulustan ayrı kılan ve farklı gösteren eylemlerdir. Bunlar düşünsel ve entelektüel özelliklerdir (Morgenthau, 1970: 162-172; Arı, 2017: 151).

Ulusal Moral: Ülkenin büyük felaketlerden ve savaşlardan sonra bile ayakta kalmasını sağlayan bir unsurdur. Örneğin, I. Dünya Savaşı'nda Almanların ağır yenilgisinden sonra yeniden kalkıp dünyanın en büyük askeri ve ekonomi gücü olması ulusal moralin göstergesidir. Aynı zamanda toplumun savaş ve barış durumlarında iktidarı desteklemesi, ülkenin yönetimine katılım seviyesi ulusal morali anlatan etkenlerdir (Morgenthau, 1970: 172-181; Arı, 2017: 152).

Diplomasinin Niteliği: Bu unsurun iletişim aracı olduğunu söylemek mümkün çünkü bütün diğer unsurları toplayıp onları doğru kullanmak da önemlidir. Diplomasinin niteliği düşük olursa diğer unsurların hiçbir etkisi kalmaz. Bu faktör, devletin izlediği dış politika ile sahip olduğu ulusal gücün arasında denge sağlamaktadır (Morgenthau, 1970: 181-186; Arı, 2017: 152-153).

Hükümetin Niteliği: Yukarıda belirtilen unsurların ana unsuru olup hepsini bir araya getiren unsurdur. İyi bir yönetim, ulusal gücü meydana getiren maddi ve beşeri kaynaklarla izlenen politika arasında bir denge kurmak, bu kaynakların kendi arasında bir denge kurmak ve izlenecek dış politikada halkın desteğini kazanabilmektir (Yılmaz, 2013: 6).

1.1.3. Uluslararası Unsurlar

Dış politika belirlenirken bir ülkenin hâkimiyeti dışında bulunan faktörlerin göz önüne alınması gerekmektedir. Bu faktörler ülkenin hangi siyasal sistemde bulunduğu ve bu sistemin kurallarını oluşmaktadır. Uluslararası unsurların dışından, onlardan tamamen bağımsız olmakla herhangi bir devlet kendi varlığı sürdüremez. Bir devletin uluslararası sistemin aktörü olması için bu sistemin kurallarını kabul etmesi lazımdır.

Uluslararası unsurların incelenmesinde önce siyasal sistemin tipi belirlenmektedir. Siyasal sistem ülkeler arasındaki güç dağılımını göstermektedir. Her döneme farklı bir sistem aittir.

Tek kutuplu sistem imparatorluk sistemini göstermektedir. Uluslararası alanda tek bir büyük devlet vardır ve bütün güç onun ellerindedir. Bu sistemde diğer devletler bir hegemon ülkenin iktidarının altındadır ve bu tek egemen bütün sistemi kontrol etmektedir (Arı, 2017: 156-158).

Güç dengesi sisteminde en az iki büyük devlet bulunması ve bu devletlerin güçlerinin aynı düzeyde olması lazımdır. Bunlar dışında birçok daha az güce sahip olan küçük devletler bulunmaktadır. Bu sistemde hiçbir devletin başka bir devletin egemenliği altında bulunması söz konusu değildir (Arı, 2017: 159-164).

İki kutuplu sistem iki büyük devletin egemenliğinin ve gücünün dengesine dayalıdır. Bu durumda uluslararası sistemi kontrol eden iki hegemon vardır. Bu sistemin en iyi örneği II. Dünya Savaşı'ndan sonra kapitalist Amerika Birleşik Devletleri ile komünist Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin güç dengesine dayanan dünya düzenidir. İki süper gücün farklı blokları ve bu bloklarda onların egemenliği altında bulunan ülkeler sistemi tamamlanmaktadır (Arı, 2017: 164-169).

Birçok araştırmacıya göre, SSCB'nin ve sonuç olarak iki kutuplu sistemin yıkılmasından sonra uluslararası düzenin çok kutuplu sistem haline gelmiş olduğu bellidir. Bir devletin egemen olmadığı ya da iki süper güç etrafında blokları kurulmayan ve daha çok bölgesel merkezli güçlere dayanan sistem çok kutuplu olarak adlandırılmaktadır (Arı, 2017: 170).

Siyasal sistemden ülkenin hangi ortamda bulunduğunu belirleniyorsa uluslararası hukuk ise bu ortamın ve sistemin uyması gereken dünyaca kabul edilen kurallardır. Bir devlet başka devletlerle işbirliği yapmak onlar tarafından sayılmak ve dikkate alınmak istemesi durumunda belirlediği uluslararası hukukun normlarına göre hareket etmelidir.

1.1.4. Karar Verme Sürecini Etkileyen İç Unsurları

Dış politikada hem ulusal hem de uluslararası faktörler ele alınınca bir karar verme süreci başlamaktadır ve bu karar verme sürecini etkileyen birçok iç unsur vardır.

Bunların ilki devletin ve hükümetin yapısıdır. Ülkenin yönetim biçimine göre cumhuriyet veya monarşi; yapılarına göre üniter veya federal; rejimine göre demokratik, otoriter veya totaliter olması nasıl ve kimin tarafından karar aldığını etkilemektedir. Demokratik cumhuriyette halkın düşüncesi daha önemliyken, monarşi olan bir otoriter devlette her şey bir insanın fikrine bağlı olabilir (Arı, 2017: 188-191).

Karar vericilerin fikri oluşturulduğunda bununla ilgili farklı alanlarda yer alan diplomatlar, askeri ya da sivil çalışanlar etkilenmektedir. Onların ne kadar doğru ve ne kadar hızlı bilgi aktardığı sonucuna o oranda katkıda bulunmaktadır (Arı, 2017: 212-220).

Karar vericiler bir husus üzerinde fikir oluşturduğunda toplum baskısı daha doğrusu kamuoyunun düşünceleri çok önemlidir. Kamuoyu halkın genel düşüncesidir. Özellikle demokratik ve ifade özgürlüğü yüksek seviyede bulunan ülkelerde halkın bir karara karşı çıkması ya da desteklemesi çok hissedilen bir unsurdur. Elbette bu unsurun etkisi her ülkenin halkının dış politika ile ilgilenmesine bağlıdır. Bir kararın kamuoyu tarafından doğru ya da yanlış algılanmasında medya da büyük katkıda bulunmaktadır (Arı, 2017: 221-226).

Karar verme sürecinde karar veren kişinin veya kişilerin karakter özellikleri, eğitim seviyesi, konuya hakim olması, bir alana ilgi duyması, sorun çözme yeteneği çok etkilidir. Farklı şartlarda her kişinin tepkisi farklı olduğundan dolayı dış politikanın diğer oluşum unsurlarından daha az önemli bir etken olduğu söylenmez (Ereker, 2010: 41).

1.2. TEORİK YAKLAŞIM

Richard Ashley, Michael Shapiro, R.B.J. Walker gibi araştırmacılar 1980’lerde “Neorealizm’in Sefaleti”, “Temsil siyaseti: biyografi, fotoğrafçılık ve politika analizinde yazma uygulamaları”, “İç/Dış: Siyaset Teorisi Olarak Uluslararası İlişkiler” gibi eserleriyle bir uluslararası ilişkiler teorisinin daha patlamasını sağlayıp, akademik tartışmalara yeni postmodern ile post-yapısalcı tartışmasını eklemişlerdir. Postmodern ve post-yapısalcı yaklaşımı tutanlar, realist, pozitivist, devlet merkezli yaklaşımlara karşı çıkarak tek bir perspektif yerine farklı marjinalize edilmiş düşüncelere bile yer vermek gerektiğini vurgulamaktadır. Bir hakikatin olmasının fikri beğenilmemekle birlikte evrensel bir insan tipi desteklenmemektedir. Post-yapısalcılara göre, her insanın farklı olduğu ve analiz için onun geldiği toplumsal, kültürel ve tarihsel koşulları bilmek önemlidir. Bu koşulları bilmekten ziyade onların birbiriyle sıkı bağlanmış olduğuna inanılmaktadır (Arı, 2018: 519-522)..

Post-pozitivizm ile postyapısalcılık bazı farklılıklar taşımalarına rağmen aynı kavramlar üzerinde ilerlemektedir. Post-pozitivizm, postyapısalcılık ve postmodernizmin ortak işaret simgeleri olarak kullanılan *diskur*, *yapısöküm*, *çifte okuma*, *soybilim* kavramları bu teorileri diğerlerinden ayrı tutmaktadır.

Belirtilen bu üç teoride dilin anlayışı ve yeri değişik ve önemlidir. İnsanların dili konuştuğunun yanlış olduğu ve tam tersine dilin insanları konuşturduğu şüphesiz bir gerçek olarak kabul edilmektedir. Oysaki, insanların kullandığı dilin sırf bir araç olmadığı ve

nesnenin bir esas olduğu vurgulanmaktadır. Bir dilde söylenen söz, dili bu sözün ayrılmaz parçası yapmaktadır. Üstelik dil, bir nesnenin söylenmesini, yazılmasını ve düşünülmesini sağlamaktadır (Arı, 2018: 521).

Belirtilen teorilerin dile yeni anlamları eklenmiş olması yeni *diskur* kavramını ortaya çıkarmaktadır. Kısaca *diskur*, dil, metin ve sözler kavramlarını kapsamaktadır. Postyapısalcı teoriyi çalışan en önemli filozoflardan biri olan Michel Foucault'a göre bir şeyin doğru olup olmadığının tartışılması gereksizdir. Çünkü bir şeyin doğrusu veya yanlışı yoktur, sadece ona yüklediği anlam vardır. Foucault, *diskurun* politik aslından dolayı *diskurun* kendisinin bir gerçeklik olduğunu ifade etmektedir. Metni ve anlamı üreten diskurdur (Arı, 2018: 519-538).

Postyapısalcılığın başka temel bir kavramı olan *yapısöküm*, dekonstruktif, yıkma ya da İngilizce deconstruction kavramı ile sıkça karıştırılmaktadır. Postyapısalcı teorinin icat edilmesinin başında olan Fransız teorisyen Jacques Derrida'nın *yapısöküm*e yüklediği asıl anlam başkadır. Derrida'nın logo merkeziliği, Batı zihniyetinde içeri/dışarı, erkek/kadın, mevcut/yok, hatırlamak/unutmak gibi bir sürü kalıplaştırılmış dikotomilerinin hiçbirisinin diğerinden bağımsız olarak var olmadığını *yapısöküm* kavramıyla ifade etmektedir. Derrida, bu dikotomilerde birinci kavramın ancak ikinci kavramın bulunması nedeniyle anlam kazandığını söylemektedir. Mevcut kavramı, yok kavramı olmadan herhangi bir anlamı taşıyamaz hale gelir. Çünkü bir şeyin mevcut olduğunun anlaşılması onun yokluğunun hissedilmesiyle anlaşılmaktadır. Derrida'ya göre, insanlar bu dikotomiler üzerinden dünyayı algılamaktadır. Dikkate alındığında dikotomilerin arasında bir hiyerarşi izlemek mümkündür. Dikotomilerde birinci kavram genel olarak ayrıcalıklı ve ikinci kavram gibi olumsuz anlam taşımamaktadır. Bu da tekrar kavramların ayrı olarak anlamsız olduğunu ve sırf birleşikken bir anlamı taşıdığını vurgulamaktadır (Arı, 2018: 531-535).

Yapısöküm ile bağılı olan postyapısalcılığın başka bir terimi ise *çifte okuma*dır. *Çifte okuma*, istikrar ile istikrarsızlık arasındaki ilişkilerin incelenmesine hizmet etmektedir. İlk okuma, hakim fikrin tekrarıdır. İlk okuma metnin iç bütünlüğünün ortaya koyulması amacıyla yapılmaktadır. İkinci okuma ise, metnin, söylemin veya bünyesinin içinde olan çelişkileri izlemek için yani anlamı bozmak için yapılmaktadır (Gözen, 2017: 388). İkinci okuma metnin kendisiyle ne kadar uyumlu olduğunu gösterirken, bir diskurun veya söylemin nasıl bir araya geldiğini de belli etmektedir (Arı, 2018: 530).

Soybilim, nesnelerin tarihsel olarak nasıl meydana geldiğini açıklamasıyla postyapısalcılık teorisinin tanımlanması için mutlak unsurdur. *Soybilim*, bilginin arkasında bulunan iktidarı ortaya çıkarmaktadır. Böylece *soybilim* bilgi ile iktidarın bağıını göstermektedir. *Soybilim*

kimliğin sürekli olarak bir tarzda çözülmesi ile tek bir tarihin olmadığı ve aynı anda birkaç tarihin oluşturulduğunu göstermektedir. Bu yaklaşıma göre olayı oluşturan etkenlerin meydana getirilmesi olayın esasından daha önemlidir (Gözen, 2017: 387). Tarih, hakimiyetin sonsuz tekrarı ve iktidar ile bilgi açısından yaşadığı geçmiştir. Farklı perspektiflerden bakarak tempo ve uyumuna göre iktidar-bilgi ilişkilerini biçimlendiren farklı tarihler vardır (Arı, 2018: 542).

İktidar-bilgi ilişkisinin devamını getirirken Foucault'nun *Disiplin ve Ceza* başlıklı kitabında suç ve ceza terimlerini egemen ile bağladığından bahsetmek gerekmektedir. Egemen, kitleyi disipline etmek için ceza vermek durumundadır. Bu cezalar zaman değişimi ile birlikte değişmektedir. Örneğin hapisane cezası yerine çalışma kampları gelmiştir. Bu durum özellikle teknolojinin gelişmesiyle alakalıdır. Foucault, iktidarın eğitim ve bilim alanlarından başlayarak her insanın günlük hayatında yer almasıyla sırf yönetim olmanın dışına çıktığını vurgulamaktadır. İktidar-bilgi ilişkisinde ikisi de birbirini doldurmaktadır. Ayrıca biri diğerinin etkisinde kalmaktadır. Postyapısalcıların iktidar-bilgi ilişkisinde dikkat çeken diğer unsur ise, iktidar direnmeden ayrı olması halinde kendini gösteremez. Çünkü güç ancak ona karşı çıkana cevap olarak gösterilmektedir. Bunu, teorinin diğer terimleri ile bağlamak gerekirse her toplumun kendi hakikati var ve iktidar buna uygun bir bilgiyi üretmektedir (Arı, 2018: 538-541).

Postyapısalcılık politikanın sadece söylemsel olmadığını, aynı zamanda da görsel de olduğunu belirttiğinden dolayı bu bakış medyaya yeni bir önem kazandırmaktadır. Gerçeklik, dışarıdan referans alması maksadıyla televizyon kanalları, internet teknolojileri gibi medya araçlarını kullanmaktadır. Bu, 'hiper-realite'nin uluslararası siyaseti nasıl biçimlendirdiğini göstermektedir. Medya kanalları gerçeği yansıtmaktan ziyade onu üretmektedir. Soğuk Savaş zamanlarında medyanın SSCB'yi düşman olarak göstermesi, medyanın dış politikanın bir parçası olduğuna iyi bir örnektir (Gözen, 2017: 396-398). Zira, ekranda gösterilen gerçeklik ile 'sahada' bulunan gerçekliğin farkı vardır. Medyanın gösterdiği gerçeklik medya yapanların bulunduğu tarihsel şartlarla ilgili bir tercihtir. İnsan medyadan bilgi aldığı zaman medyanın gerçekliğini sessizce kabul etmiş olmaktadır.

1.3. MEDYANIN YERİ VE İŞLEVLERİ

Bugün medyasız bir dünyayı hayal etmek mümkün değildir. Yüzyıllar önce meydana gelmiş olan ilk medya kanalları fenomen olarak algılanırken şimdi kullanılan Twitter, Facebook, Instagram, YouTube vb. günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olup rutin haline gelmiştir. Okuduğumuz kitaplar, dergiler, gazeteler, dinlediğimiz radyolar, izlediğimiz televizyon

kanalları, kullandığımız sosyal medya sadece bizim tarafımızdan seçilen bilgi araçları değildir. Onları bizim dünya görüşümüzü, algılarımızı, gerçekliğimizi şekillendiren unsurlar olarak kabul etmeliyiz.

XV. yüzyılda Johannes Gutenberg tarafından icat edilen tipo baskı yapabilen baskı makinesi, kitap türünü değiştirerek dünyanın bilgi alma yöntemini değiştirmiştir. Baskı makinesi kitapların seri üretiminin yapılmasını sağlayarak haberlerin yayılmasını hızlandırmış ve geniş insan kitlelerine ulaşılmasını kolaylaştırmıştır. Daha sonra Friedrich Koenig buhar makinesini matbaa makinesine bağlayarak basılı medyanın sanayileşmesini sağlamıştır. 1800 yılında baskı makinesi bir saatte 480 sayfa üretirken, 1930'lara doğru bir makine saatte 3000 sayfa basabilmiştir (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 11).

Baskı makinesinin icadı sadece kitapların rolünü değil gazetelerin rolünü de inanılmaz artırmıştır. Sanayi Devrimi ise gazetelerin algısını da değiştirmiştir. Yalnız haber ve bilgi alma aracı olarak görülen gazete, Sanayi Devrimi sayesinde daha çok parası ve boş zamanı olanların bunları gazeteye harcamayı tercih ettiği düşüncesinden dolayı bir eğlence eylemi olarak da görülmeye başlanmıştır (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 11).

XX. yüzyılın en önemli icatlarından biri olan radyo, ilk basılı olmayan medya tipi olmuştur. Birçok insanın aynı anda aynı bilgiye ulaşmasını sağlayan radyo, medyanın imkan açısından patlamasını sağlamıştı. Radyo, 1924 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin başkanı Calvin Coolidge'nin seçim öncesi konuşmasını 20 milyon insanın dinlemesi ve başka bunun gibi daha önce hiç görülmeyen rakamları sağlamıştır. Bu şaşırtıcı rakamlar reklam verenlerin ilgisini de çekmiştir. Bir ürünün reklamının bu kadar büyük bir kitleye ulaştırılması imkanı kaçırılmamıştır ve radyo, adeta reklam propagandası sanatının sahası olmuştur (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 12-13).

Medyanın yeni patlaması yine XX. yüzyılda televizyonun icadı sayesinde olmuştur. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra popülaritesi artan televizyon, görüntüyü medya araçlarına eklemiştir. Sadece yazı ve ses insanları başka bir dünyaya götürebilirken, televizyonun yeni imkanlarıyla medyanın kitleye olan etkisi yeni bir düzeye çıkmıştır. Birçok eleştirmene göre, 1960'larda sıradan bir Amerikan evinin günlük parçası olan televizyon, Amerikan hayat stilinin nasıl olması gerektiğini dikte etmeye başlamış ve insanların dünya algısını etkilemiştir. Bu zamanlarda televizyonun nasıl bir etkiye sahip olduğunu anlamak için Vietnam Savaşı en iyi örnektir. Vietnam Savaşı, Amerikan televizyonunda ilk gösterilen askeri çatışmaydı (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 13). Her gün

canlı yayında gösterilen savaş, protestoların tetikleyicisi olmuştur. Bir savaşın duyulması, okunması ile gösterilmesinden çok farklı olduğunun anlaşılmasını sağlayan bu olay Amerikalıları savaşa karşı protesto için evden çıkarmıştır.

İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte yeni medya ya da dijital medya olarak adlandırılan yeni medya çeşitleri iletişimin dönüm noktası olmuştur. “Yeni medya” terimi; metin, resimler, ses ve video içeren dijital biçimde oluşturulan, saklanan veya alınan iletişim aracıdır (Cinque, t.y.: 16). Bu durumda “yeni” kelimesi sadece en son olan anlamına gelmemektedir. Dijital medyayı eski ya da geleneksel medyadan ayıran bir sürü özellikler vardır. Bunun en temel özelliği dijitalleşmedir. Yeni medyada içeriğin ancak fiziksel olarak değil dijital olarak aktarılması gerçekleşmektedir. Dijital medyanın diğer önemli özellik ise etkileşimdir. Geleneksel medyada okuyucu, dinleyici veya seyirci pasif iken, dijital medyada kullanıcı bir haber altında yorum yaparak üretici statüsüne taşınmaktadır. Böylece kullanıcı tüketen medyada yaratıcı olmakla birlikte dergiler, gazeteler, radyo ve televizyon ile ilişkilerinde pasif olan statüsünü aktive değiştirmektedir. Eski medya, üretilen içeriği belli bir gruba, kitleye sunarken yeni medya her kullanıcı için ayrı içerik üretmektedir. Yeni medyanın kitlesizleştirme denilen özelliği, kullanıcı internette gezerken bir ürüne baktıktan sonra bu ürün ile ilgili reklam başka sitelerde de çıktığı durumlarda belli olmaktadır. Dijital medyayı ayrı kılan bir başka özelliği ise eşzamansızlıktır. Geleneksel medyada bilginin tüketiciye ne zaman ulaşacağına tüketici karar vermemektedir. Yeni medyada ise, tüketici istediği zaman bilgiye ulaşabilir. Üstelik tüketici onu istediği zaman başlatabilme, durdurabilme ve bitirebilme imkanına sahiptir. Daha önce bir diziyi izlemek için onun televizyondaki yayın saatini beklemek gerekirken, şimdi ise, her uygun anda internet sayesinde izleyebilmek hatta belli bir bölümüne, belli bir sahnesine bakabilmek mümkündür. Yeni medyanın bir başka özelliği hipermetinsel olmasıdır. Hipermetin doğrusal olmayan metindir. Bu özellik internette hipermetin aracılığıyla web sayfalarında dolaşma imkânı gibi kullanıcıya birçok diğer imkanlar sunmaktadır. Hipermetinsellik sayesinde internetin içeriği ayrıntılı ve renklidir. Diğer medya kanalları doğrusal olduğundan bu avantajı sunmamaktadır. Bunlarda iletişim tek yönlüdür. Bir sayfadaki linklerin yoluyla diğer sayfalara ulaşım imkânı sağlayan hipermetindir. İçeriğin üretilmesi ve farklı, geniş kitlelere yayılmasını sağlayan yeni medyanın diğer özelliği dağılmadır. Yeni medyada içerik tek bir birey tarafından üretilebilmektedir. Farklı kitlelere daha hızlı dağılan içerik yeni medyanın avantajıdır (Kılıç, 2019: 230-233).

Zamanla değişen ama ortaya çıktığından beri hiç kaybolmayan, üretilen teknoloji ve tüketicinin arzularına göre biçimlendirilen medya, günümüzde hiç olmadığı kadar güçlü ve

tüketicinin bile hepsini bilmediği bir sürü imkânlarla sahiptir. Bilgi ve haber alma işlevinden çok işlevi olan medya onu kullandığı ve ürettiği kişiye göre bir dizi amaç için hizmet edebilmektedir. Medyasız düşünülmeyen dünyada medyanın gerçekten ne olduğu ve nasıl kullanıldığını bilenlerin ayrıcalığıdır.

1.3.1. Medya Kavramı

Medya çok kullanılan ve gündemde olan bir terim olmasına rağmen kavramın anlatılan tek bir tanımı yoktur. Medya ve onun etkisini çalışan neredeyse her araştırmacının kendi anlatımı vardır (İpek, 2018: 158). Örneğin Marshall Poe'nun medya tanımı şöyledir:

“Medya, en temelde enformasyon göndermeye, almaya, depolamaya ve edinmeye yarayan araçtır” (Poe, 2015: 32).

Berzah'a göre ise medya “Haberdar etme, toplumsallaştırma, bireylerin ve onların bir toplamı olarak toplumların gündelik yaşamlarını düzenleyici özelliklerinin yanı sıra, siyasal anlamda yönetenler arasındaki en önemli iletişim köprüsüdür” (Berzah, 2006: 1).

Medyayı çalışan teorisyenlerden biri olan Denis McQuail, medyayı “bilgi kelimesinin en geniş anlamıyla onun üretilmesi ve dağıtılmasının merkezi amacı olan kurum veya kurumlar” olarak tanımlamaktadır (McQuail, 2005: 81). Stuart Cunningham ve Graeme Turner, medyanın ticari çerçevede toplumsal rolünü de ele alarak onun bilgi verme ve haberdar etme görevinden çok şimdi eğlence görevini yaptığını eklemektedir (Cunningham ve Turner, 2010: 5). Bu da medyanın görevlerinin ötesinde onun verdiği mesajların ve tükettiğimiz ürünün analiz edilmesinin önemli olduğunu hatırlatmaktadır.

Medyanın tek bir açıklaması olmadığına göre “medya” sözcüğünün kökenine bakmak gerekmektedir. Latin kökenli olan “medya” kelimesi aslında “medium” sözcüğünün çoğuludur. Türkçede “aracı” veya “ara bulucu” anlamlarına gelmektedir. Böylece medya, içeriği yapan medya endüstrisi yani gönderici ile bu içeriği tüketen yani alıcı arasında bir köprüdür. Amerikalı siyaset bilimci ve iletişim teorisyeni Harold Lasswell, bu iletişim köprüsünü “Kim (hangi medya) neyi (ne tür bilgi, içeriği) nasıl (ne ile, hangi araçla) ve kime (hangi kitleye) gönderiyor/söylüyor?” sorusuyla tarif etmektedir. Lasswell'in medyanın iletişim süreci teorisi aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır (Lasswell, 1948: 117).

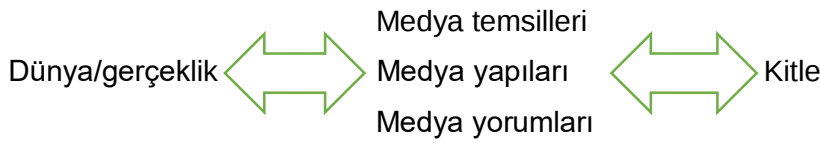
Şekil 1. Harold Laswell'ın Medyanın İletişim Süreci Teorisinin Modeli

Kim neyi nasıl kime söylüyor = **etki**
Gönderici + mesaj (içerik)/araç (örn. film) + alıcı = **içeriğin alıcı üzerindeki etkisi**

Kaynak: Lasswell, 1948: 117

Aracılık veya arabuluculuk süreci ise göndericinin medya kanalları sayesinde alıcının göremediği ya da ulaşamadığı olayları, bilgileri sunması sürecidir. O'Shaughnessy ve Stadler gibi teorisyenlere göre sadece medya değil dünya/gerçeklik de medyanın etkisi altında kalmaktadır. Bunun dışında tüketiciler kendi dünya görüşlerine, eğitim seviyelerine, kültürel ve psikolojik farklılıklarına göre medyayı şekillendirebilmektedirler. Böylece tüketiciler pasif durumda olmadığı sürece medya hem dünya/gerçeklik, hem kitle tarafından biçimlendirilmektedir. Aynı zamanda medyanın etkisi olduğu için hem dünya-medya hem de medya-kitle ilişkileri ikili ve karşılıklıdır. Bu ilişkiler O'Shaughnessy ve Stadler Dünya/Gerçeklik – Medya – Kitle modelinde izlenmektedir (O'Shaughnessy ve Stadler, 2008: 79).

Şekil 2. O'Shaughnessy ve Stadler Dünya/Gerçeklik – Medya – Kitle Modeli



Kaynak: O'Shaughnessy ve Stadler, 2008: 79

Dünya-medya ve kitle-medya ilişkilerinin karşılıklı olduğunun kabul edilmesi halinde medya ancak gerçekliği ve etrafımızdaki dünyayı temsil etmektedir. Fakat medya onun yaptığı ve orada çalıştığı insanlardan ibaret olduğu için bu temsil subjektif ve çoğu zaman da bu insanların kendi dünya görüşleri, prensipleri, tecrübesi, hedeflerine bağlı ve ona göre değişebilmektedir.

Sonuç olarak, medya çok tartışılan bir kavramdır. Ama onu tanımlamaya çalışan herkes medyanın bir aracı olduğunu kabul etmektedir. Ancak medyayı böyle algımlarken medyanın gerçekliğinin yalnız bir temsil olmadığını ve gerçekliğin medyayı etkilediği gibi medyanın da gerçekliği etkilediğini unutmamak gerekmektedir.

1.3.2. Medya Çeşitleri

Genel anlamda kitle iletişim aracı olarak açıklanan medya, kendi işlevlerini yürütmek adına aslında çeşitli araçlar kullanmaktadır. İlk medyalar yazı kullanırken zamanla sesin ve görüntünün yardımıyla üretilen içeriğin, geliştirilen teknolojiler sayesinde, şimdiki hali hepsini bir arada kapsamaktadır. Medyanın görevleri ve esası aynı olmasına rağmen insanlar kullanılan araçlara göre farklı medya çeşitlerini birbirinden ayırmaktadır. Bunun dışında medyanın hangi özelliğinin alındığına göre, farklı ayırma sistemlerinin olduğu vurgulanmalıdır. Yukarıda belirtildiği gibi medyanın kullandığı araçlara göre basılı, işitsel, görsel ve internet medya tipleri vardır (Aydeniz, 2012: 22).

Basılı medya: Basılı medya, yazılı metni ve sabit görsel materyalleri (resim, fotoğraf, çizim) içeren medyadır. Bu medya türü en çok günlük yayımlanan gazete ve periyodik olarak (haftalık, aylık, mevsimlik vb.) yayımlanan dergi ile alakalıdır. Ayrıca basılı medyanın bir dizi özgü niteliği vardır. Bunlardan bazıları şöyledir:

- Bilgilendirme ve haberdar etme görevine odaklıdır.
- Yazılı metni görsel içeriğe tercihtir.
- Tüketmek için okumayı bilmek şarttır.
- Sunulan haberi ile onun yanında olan görseli karşılaştırabilme ve analiz etme imkanı vardır.
- Okunmasından sonra düşünme zamanı olduğu için çelişkileri ve hataları kontrol etmek adına tekrar okunabilir.
- Arşivlenmesi kolaydır.
- Diğer okumak isteyenler arasında paylaşılması mümkündür (Aydeniz, 2012: 25-26).

İşitsel Medya: Sesi aracı olarak kullanan ve radyonun icadıyla meydana gelmiş olan işitsel medya aşağıdaki belirtilen özelliklere sahiptir:

- Kullanılması için okuma yazma talep etmeyen işitme problemi olmayanların dışında herkesin kullanımına açıktır.
- Sadece kulağa hitap ettiği için başka bir iş ile uğraşırken kullanabilme imkanını sunmaktadır.
- Dikkat konsantrasyonuna gerek yoktur.
- Görüntüsüz olduğu için herkesin katılımını ve ifade etmesini teşvik etmektedir (Aydeniz, 2012: 24).

Görsel Medya: Hareketli görüntüyü içeren medya görsel medya olarak sınıflandırılmaktadır. Zihinsel uğraş ve özel yeteneği istenilmeyen görsel medya en yaygın ve en popüler medya çeşididir. Görsel medyanın başında olan televizyon en çok kullanılan ve zihni en az uğraştıran medyadır. Görüntüden başka ses ve yazı içeren görsel medya bazı görüşlere göre video oyun oynamaya, film ve televizyon izlemeye imkân veren taşınabilir bilgi iletişim teknolojileri ile bilgisayar da kapsamaktadır. Görsel medyanın özellikleri şöyledir:

- Görselliğin etkisinden dolayı televizyon bağımlılığını oluşturabilmektedir.
- Okuma yazma gibi becerileri talep edilmediği için herkese hitap etmektedir.
- 7 gün 24 saat yayın yapan görsel medya her zaman ulaşma imkânı sunmaktadır.
- Kesintisiz yayından dolayı kalitesi tartışılır ve tekrarlı içeriğe sahiptir.
- Bilgiyi belli bir anda sunduğu için ona tekrar dönüp kontrol edilmesi zordur (Aydeniz, 2012: 22-23).

İnternet: Basılı, işitsel ve görsel medyayı kendine emen internet bilgilendirme, haber alma, eğlendirme, insanların birbiriyle iletişim kurma gibi görevlerini üstlenmektedir. Yeni medya veya dijital medya da olarak adlandırılan internetin birçok kendine özgü özelliği vardır:

- Sanal topluluklarını oluşturulma imkânı vardır.
- Hızlı bir şekilde haber sunabildiğinden dolayı denetim açısından sıkıntılıdır.
- Oyun oynamasına imkân vermektedir.
- Özellikle akademik ortamda sık sık kullanılan farklı yerden her tür bilgiye veya etkinliğe (sempozyum, kongre, uzaktan eğitim) ulaşma imkânı tanımaktadır.
- Kullanıcının bilgi paylaşmasını sağlamakla onu doğrudan medya oluşturulmasına dahil etmektedir.
- İnteraktif niteliği vardır (Aydeniz, 2012: 26-27).

Medya endüstrisine göre medya türlerinin de ayrımı vardır. Bu ayrım özellikle dijital medyanın ortaya çıkmasından önce kullanılan bir ayrımdır. Buna göre:

- Basılı (broşür, kitap, gazete, dergi),

-Yayın İngilizcede daha çok “broadcasting” olarak adlandırılan medya tipi (radyo, televizyon),

-Müzik (bant veya vinil kayıtları),

-Sinema,

medya türleri vardır (Cinque, t.y.: 10).

İnternetin meydana gelmesiyle birlikte yeni daha basit ve genel medya ayrımı da ortaya çıkmıştır. İnternetin icadından öncesi olan medya geleneksel ya da eski olarak adlandırılırken, sonrası olanlar dijital ya da yeni medya olarak tanımlanmaktadır.

1.3.3. Medyanın Görevleri

Araştırma yöntemine ve teorik yaklaşıma göre değişebilen medyanın kavramı, tanımlanması ve çeşitleri gibi görevleri de değişmektedir. Farklı çalışmalarda medyanın işlevleri farklı sıralandırılmaktadır. Medya etiğini çalışan Fransız akademisyen Claude Jean Bertrand aşağıdaki işlevleri belirlemektedir (Bertrand, 2002: 14).

1) Çevreyi izlemek: Bir haberi hızlıca öğrenme fırsatını veren medya toplumdaki gelişmeleri anlatmaktadır. Bilgiyi biriktirdikten sonra onu okuyucunun, dinleyicinin veya izleyicinin ilgisine sunan medya yaşadığımız enformasyon ortamının resmini çizmektedir.

2) Sosyal iletişimi sağlamak: Demokratik toplumda tartışma platformu olan medya, ortak bir zemin aramalarında yardım etmektedir. Medya bir görüş birliği sağlanmaktadır.

3) Dünya hakkında bir vizyon sağlamak: Her şey hakkında bilgisi olmayan birey hiç gitmediği ülkeler, hiç görüşmediği insanlar ve hiç yapmadığı iş ile ilgili enformasyonu medyadan almaktadır. Böylece medya insanların dünya görüşlerini oluşturmaktadır.

4) Kültürü iletme: Bir toplumun kültürünü nesilden nesile iletme görevini yürütmektedir. Etnik özellikleri, gelenekleri ve değerleri iletme ve oluşturmaktadır.

5) Mutluluğa katkıda bulunmak, eğlendirmek: Özellikle son zamanlarda medyanın en temel görevi eğlendirmektedir. Bütün dünyadan kaçış yapmak isteyen insan medyadan, onun eğlendirilmesini, güldürülmesini, mutlu edilmesini beklemektedir.

6) Satmak: Medyanın para kazanmasının en temel yolu reklamdır. Medyaya başvuran firmalar medyanın aracılığıyla ürününün satılmasını gerçekleştirmektedir (Bertrand, 2002: 14-16).

Amerikalı araştırmacı Daniel Katz'ın sıralamasına göre medyanın şöyle işlevleri vardır:

- 1 – Bilgilendirme: Dünyanın herhangi bir yerinden herhangi bir konuda bilgi veren medya insanın vizyonu biçimlendirmektedir.
- 2 – Kültürel devamlılık: Geçmiş kuşaklarla bağı oluşturarak tarihi, kültürü,  rfleri ve inançları anlatmaktadır. Medya kuşaklar arasındaki kültürün aktarılmasını sağlamaktadır.
- 3 – Toplumsallaştırma: Bir toplumda yaşayanların iletişimini sağlayan medya toplumun birliğini oluşturmaktadır.
- 4 – Kamuoyu yaratma: Toplumun gündeminde olan olayları yansıtarak farklı ilgi alanlarında kamuoyu yaratmaktadır.
- 5 – Eğlendirme: İnsanların eğlendirilmesi doğrultusunda dizi, film, müzik, show programları gibi içerikler üretilmektedir (Mora, 2008: 6).

Denis McQuail kendi teorisini sunduğu kitabında, medyanın dört temel ihtiya ı karşıladığını anlatmaktadır. Bunlar:

- 1.Saptırma: Özellikle ağır ve/veya yoğun çalışanların dikkatini dağıtarak rahatlatmaktadır.
- 2.Sosyalleştirme: Hem bireyin yalnız olması durumunda onu teselli etmek ve eğlendirmek hem de birinin başka insanlarla konuşmasının konusu olmaktadır.
- 3.Gözetleme: İnsanlara olayları ve/veya gerçekliği daha doğrusu gerçekliğin kendi versiyonunu sunmaktadır.
- 4.Bireyselleştirme: Bireye kendini başka sosyal birimlerin açısından analiz etme, karşılaştırma imk nlarını vermektedir (Cinque, t.y.: 13).

Medya görevlerinin sıralaması farklı olmasına rağmen temelde bütün bu sıralamalar aynı işlevleri ele alarak görevleri gruplandırmaktadır. Kısaca medya hem tek bireyin (bilgilendirme, eğlendirme vb.) hem de bütün toplumun (kamuoyu oluşturma, kültürü aktarma) ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

1.4. PROPAGANDA

Çeşitli görevleri üstlenen medya hem bir insan çapında hem de bütün ülke hatta dünya çapında büyük ve önemli rol oynamaktadır. Bizim medyayı sadece haber alma ve eğlenme aracı olarak algılamamıza rağmen onun gerçek etkisi düşündüğümüzden daha ciddidir. İnsan

dünyayı neredeyse medya aracılığıyla izlemektedir. Medyanın bu etkisini iyi anlayanların onu kendi hedefleri için kullandığı şüphesizdir.

İlk medya kanallarının ortaya çıkmasıyla birlikte akademik ortamda medyanın insana veya bir grup insanlara olan etkisinden bahsedilmektedir. Bu etkisini çalışmış olan Denis McQuail, Claude-Jean Bertrand, Harold Lasswell gibi birçok Batılı araştırmacılara göre, özellikle Batıdaki demokratik toplumlarda olan geleneksel medya (gazete, dergi, radyo, televizyon) bağımsız kurumlar olarak liberal demokrasilerin güçlendirilmesi, medyanın ortaya çıkmasının asıl nedeni ve ilk vazifesiydi. Bu durumda medya, insanlara siyasetçilerin toplumun adından neler yaptığını rapor halinde bilgi vererek “bekçi köpeği” yani gözlemci rolü üstlenmektedir. Demek ki medyaya yüklenen ilk görev, siyasetçiler tarafından kamuoyunun görüşlerini ve tutumunu şekillendirmek değil, tam tersine toplum tarafından seçilen iktidarı kontrol etmektedir. Böylece o zamanların ilk kuvveti Tanrı, ikincisi monark ve üçüncüsü hükümet iken medya da dördüncü kuvvet olmuştur. Bu kuvveti ve etkisi koruyabilen medya zamanla onu bambaşka çıkarların adına kullanmaya başlamıştır (Cinque, t.y.: 11). Modern toplumda kitle iletişim araçlarının ikna edici gücü iyi bilinmektedir. Hükümetler, şirketler, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve siyasi kampanyalar, gerekli mesajlar oluşturup bunları kamuoyuna göndermek için hem yeni hem de eski medyayı kullanmaktadır (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 56).

Medyanın etkisini çalışan ve bununla ilgili farklı sonuçlara varan diğer araştırmacılar da vardır. Medyanın insana olan etkisini ilk çalışanlar Lippmann, Lasswell ve Mill kendi araştırmalarında bireyin medyaya karşı güçsüz olduğunu tarif ederek, medyanın insanları kolayca manipüle ettiğini ispat etmektedir. Sonraki çalışmalarda birey ve medya arasındaki ilişkilerin ikili ve dengeli olduğunu iddia edilmektedirler. Mesela Lazarsfeld, medyanın ancak toplumda zaten var olan görüşleri güçlendirebildiği ve fikirleri destekleyebildiğini anlatmaktadır. Bu yaklaşıma göre, propaganda yalnız toplumdaki farklı grupların düşüncelerinin ilerlemesinde ve yayılmasında yardımcı olmamaktadır. Birey de düşünsel olarak gruplarından birine katılıp kendinin bir sosyal gruba ait olma ihtiyacını medya aracılığıyla karşılamaktadır. Fakat birçok çalışmalar medyanın etkisinin gerçekten baştan sona kadar araştırılmadığı ve hala çokça önemsenmediğini desteklemektedir. Noelle-Neumann, 1989 tarihli çalışmasında 1965 ve 1972 Federal Almanya’nın genel seçimlerini ele alarak medya organları ve çalışanlarının çoğunun SPD ve FDP partilerine destek vermesinden dolayı W.Brandt’in yeniden Federal Almanya Şansölyesi olarak seçildiğini ispat etti. Böylece medyanın tesir etme imkânlarının çok geniş olduğu fikrini kanıtlamıştı (Ateş, 2000: 118).

1.4.1. Propaganda Kavramı

Propaganda Latince kelime olup yaymak ve tohum etmek anlamlarına gelmektedir. Bir fikrinin veya ideolojinin yayılması ve insanların zihnine tohum ekilmesini sağlayan propaganda hem toplumda var olan fikirleri hem de yeni düşünceleri oluşturarak insanlara iletmektedir (Çetin, 2014: 239). *Propaganda* sözcüğü 1622 yılında Katolik Hristiyan kilisesinin Hristiyanlığı yaymak amacıyla kurduğu bir örgütün adında yer aldıktan sonra genel kullanımına geçmeye başlamıştır (Özer, 2019: 16).

Propagandanın bir fenomen, olgu olarak tanımlamasını yapmak gerekirse bunun birçok açıklaması olduğunu söylemek gerektir. İlk önce sözlüklerin propaganda tanımlamasına bakalım. Türk Dil Kurumu propagandayı “bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” olarak anlatmaktadır (Türk Dili Kurumu Sözlükleri, 2021). Encyclopedia Britannica ise propagandayı “kamuoyunun düşüncelerine tesir etmek adına yapılan bilginin manipülasyonu” gibi tarif etmektedir (Encyclopedia Britannica, 2021). Sözlük ve ansiklopedilerden başka bu konuyu araştıran her akademisyenin kendi propaganda tanımlaması vardır. Bektaş’ın propaganda açıklaması şöyledir: “Kişi ya da grupların fikir, kanaat ya da davranışlarını etkileme amacına yönelik iletişimidir”. Brown’a göre propaganda “tüm iletişim, eğitim ve kültür alanlarında insan davranışlarını güdülemek ve yönlendirmek için girişilen sistematik faaliyetlerdir” (Brown, 1992: 23-24). Cantril propagandayı “sonuçları önceden belirlenmiş referans ile grupları ya da diğer kişilerin eylemlerini ya da düşüncelerini etkilemek için gruplar ya da kişiler tarafından kasti olarak (kasten) tasarlanmış eylem ya da düşüncenin ifade edilmesidir” şeklinde tanımlamaktadır (Cantril, 1938: 217). Pratkanis ve Aronson’un tarifi ise, “propaganda bir fikrin, ön yargılarımızı ve duygularımızı etkileyen imajlar, sloganlar ve sembollerin becerikli bir şekilde kullanılması yoluyla iletilmesidir” (Pratkanis ve Aronson, 2008: 12-13). Propagandanın açıklamasında sıkça kullanılan bir kavram da “dezenformasyon”dur. *Dezenformasyon* yanlış bilgilendirme demektir. *Dezenformasyon* teriminin açıklaması ise, genelde şöyledir: “Hedeflenen kişi, grup ya da ülke karşısında ilerletilen, beslenen ya da kabul edilen yanlış, eksik veya yanıltıcı bilgidir” (Shultz ve Godson, 1984: 41; Jowett ve O’Donnell, 2012: 24). Yalanlar, biçim bozukluğu, hilekârlık, manipülasyon, zihin kontrolü, psikolojik savaş, beyin yıkama ve palavra propaganda eş anlamlıları ve bazen onun yerine kullanılmaktadır (Çetin, 2014: 239-240). *Propaganda* kelimesi genellikle olumsuz bir anlam taşımasına rağmen her durumda öyle değildir. *Propaganda* kendisi nötr bir olgu ve onu kimin ne amaçla kullandığına göre iyi ya da kötü olabilmektedir. Çünkü temel anlamda propaganda bir ikna etme sürecidir ve ancak insanın

neyi ikna ettirilmesine göre negatif olabilmektedir. Üstelik propaganda her zaman yalan, yanlış bilgi aktarılmasına anlamına gelmemektedir. Propaganda türüne göre doğru, yanlış veya kısıtlı bilgi verilmektedir.

Propaganda sözcüğü bilenen anlamını ancak I. Dünya Savaşı sırası ve sonrasında kazanmış ve bu anlamıyla yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu kelime I. Dünya Savaşı'nda ve sonraki totaliter rejimlerde kullanılan ikna etme teknikleri ve manipülasyon uygulamalarını tarif etmiştir. Sonra II. Dünya Savaşı'ndaki Nortcliffe ve Goebbels'in propagandaları ikna etme tekniklerini geliştirip onu inanılmaz yüksek düzeye çıkarmışlardı (Çetin, 2014: 250). Bu haliyle propaganda günlerimize gelmiş ve biz onun şimdiki yeni geliştirmelere şahit oluyoruz. XXI. yüzyılın yeni ve çok tehlikeli olan propaganda tipi hesaplamalı propaganda ya da sıkça kullanılan İngilizce terimi “computational propaganda”dır. Hesaplamalı propaganda dijital dezenformasyonu ve manipülasyonu içeren bir kavramdır. İletişimsel bir uygulama olarak, hesaplamalı propaganda, yanıltıcı bilgileri sosyal medya ağları üzerinden kasıtlı olarak yönetmek ve dağıtmak için algoritmaların, otomasyonun ve insan küratörlüğünün kullanımını tanımlamaktadır. Botları kullanan yeni tip propaganda sosyal veri bilimlerinin araştırılmasının rolünü artırmaktadır. Hesaplamalı propagandanın iki teknik ve sosyal yönü olduğu unutulmamalıdır (Samuel C. Woolley, Philip N. Howard, 2019: 4-5).

Propaganda teriminin nispeten yeni bir terim olduğunun düşünülmesine rağmen bir olgu olarak çok eski ve uzun tarihlidir. Sümer, Babil, Mısır, Aztek, Maya gibi tarihsel medeniyetlerde bile şimdiki hali ile olmasa da propaganda kullanılmıştır. Bütün gösterişli piramitler, muhteşem yapılar, binalar, büyük anıtlar aslında propaganda örnekleridir. Julius Caesar'ın veya Napolyon'un kendi hakkında kahramanlık hikayeleri yayması, kendi adını ve resmini taşıyan para bastırması o zamanların propaganda yöntemlerini yansıtmaktadır (Çetin, 2014: 246-247).

Şekil 3. Benjamin Franklin'in “Katıl ya da Öl” İllüstrasyonunda Propaganda Kullanımı



Kaynak: University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 55

Mesela Benjamin Franklin'in “Katıl ya da Öl” başlığıyla kopmuş bir yılanın ünlü illüstrasyonu, baskı propagandasının gücünün ve kullanımının erken bir kanıtıdır. Bu yöntemle Benjamin Franklin, Amerikan Devrimi sırasında kolonilerin birleştirilmesinin önemini vurgulamıştır (University of Minnesota Libraries Publishing Edition, 2016: 55).

Böylece propaganda kavram ve araştırma alanı olarak oldukça yeni olmasına rağmen bir olgu olarak baya eski ve zamanla geliştirilerek tarih boyunca çeşitli formları almıştır.

1.4.2. Propaganda Çeşitleri

Genel anlamda tüm manipülasyon teknikleri ve ikna etme uygulamalarının propaganda olarak adlandırılmasına rağmen propagandanın kimin tarafından, hangi maksatla, hangi kitleye ulaşmak adına ve başka yapılm sürecinde olan etkenlere göre farklı türleri vardır.

Propaganda her zaman özelce uydurulan bir bilgi veya yalan anlamına gelmemektedir. Her duruma uygun olan farklı tip bilgi verilmektedir. Kitlenin bu bilgiye inandırılmasından önce buna mutabık olan kaynaklar aranmaktadır. Böylece propaganda kaynaklar açısından beyaz, gri ve kara olabilmektedir (Avcı, 2018: 77).

Beyaz Propaganda: Bu tür propagandada kaynak açık ve bazen yarı resmidir (Özer, 2019: 17). Bu tip propagandanın kaynağı açık ve şeffaf olduğu için insanlar bu bilgiye daha kolay inanmaktadır. Ama aynı zamanda bilgide bir yanlışlık olursa bu kitlenin şüphe etmesine yol açmaktadır. Bunun için bu yöntemi dikkatlice kullanmak lazımdır. Bu yöntemde hakikatin sadece bir tarafı gösterilmekte ve genelde bazı yönleri küçümsenmiş ya da abartılı bir şekilde yansıtılmaktadır. Tek taraflı bilgi verildiğinden öteside ona hemen tek uygun çözüm verilmektedir. Beyaz propagandaya farklı ürünlerin reklamlarında sık sık rastlanmaktadır (Avcı, 2018: 77-79). Bu çeşit propaganda farklı müsabakalarda uygulanmaktadır. Örneğin 2008 Pekin olimpiyatlarında Çinli sporcuların daha başarılı olmalarına rağmen Amerikan medyasında Amerikalı sporcuların, özellikle Michael Phelps, başarı hikâyeleri anlatılarak ABD’li sporcularının daha güçlü olmasının imajı sunulmuştur (Çetin, 2014: 242). Bu bağlamda devletlerin korku yaratma politikasının yerine kamu diplomasisini kullanması olarak bilenen “soft power” ya da Türkçesi “yumuşak güç” aslında beyaz propagandadır. Ekonomik ve insani yardımları, diğer ülkelerle olan kültürel etkileşim faaliyetleri beyaz propaganda olarak değerlendirilmektedir (Avcı, 2018: 80).

Gri Propaganda: Gri propagandanın kaynağı açık ve iyi bilinir değildir. Bu durumda kaynak gizli olarak tutulmaya çalışılır (Avcı, 2018: 80). Gri propagandada doğru ile yanlış haberlerin birlikte sunulması, tüketicilerin kafalarında soru işaretleri uyandırmakta ve hangi bilginin

doğru olup olmadığını anlayamaz hale sokmaktadır. Mesajlar, dedikodu gibi aktarılmaktadır. Alıcı haberin tarafsız kaynaktan geldiğini düşünmesine rağmen aslında karşı taraftan gelmektedir (Özer, 2019: 17). Gri propaganda ikna faaliyetlerine yardım etmek adına kullanılmaktadır (Çetin, 2014: 243). Gri propagandanın örneği Winston Churchill'in yaptığı Fulton konuşmasıdır. Bu konuşma SSCB'nin ideolojik düşmanı olduğunu ima etmiş ve SSCB'nin çöküşüne kadar süren iki ideolojinin savaşını başlatmıştır (Avcı, 2018: 82).

Kara Propaganda: Kara propagandanın kaynağı tamamen belirsiz ve gizlidir. Karşı tarafı karalamak adına yapılan bu propaganda genelde küçümseyici, aşağılayıcı, kötüleyici bilgileri sunmaktadır. Kaynaklar bakımından en tehlikeli ve en çok kontrol edilmesi gereken kara propaganda, açık olarak kullanılamayacak her türlü yöntem (sahtekarlık, entrika, iftira, yalan, fitne gibi) sanki gerçekmiş gibi serbest olarak yer vermektedir (Avcı, 2018: 86). Genel olarak sanki güvenilir bir kaynaktan gelen kara propaganda düşmandan gelmektedir. Bu durumu anlayanlar için kara propagandanın zararı yoktur. Fakat bunun anlaşılması oldukça zordur (Özer, 2019: 17). Kara propagandanın çok örneği olan dönem II. Dünya Savaşı ve özellikle Nazi Almanyası'nın Propaganda Bakanı Joseph Goebbels'in şahsı bu anlamda çok dikkat çekicidir (Avcı, 2018: 87). Goebbels'in yaptığı kara propagandanın örneklerinden biri "The New English Broadcasting Station" ("Yeni İngiliz Yayın İstasyonu") olayıdır. Bu, radyo istasyonu programlarında İngiliz halkının kaygısından bahsedilmiş ve "Tanrı Kralı Korusun" sözleriyle yayın bitirilmiştir. Bu radyonun aslen görevi savaş zamanında İngilizlerin millet birliği duygusu ve motivasyonunu kırmaktı (Çetin, 2014: 242).

Mesajların kime iletildiğine göre iki tür propaganda vardır. Sahası bakımından iç ve dış propaganda vardır (Avcı, 2018: 89).

İç Propaganda: Ülke içerisinde yer alan iç propaganda en çok seçimlerden önce farklı siyasi partiler tarafından kullanılmaktadır. Siyasi partiler – semboller, sloganlar, işaretleri ile insanları etkilemek ve hedef kitlesini iyi bilerek onların bildiği işaretler yani anladığı dil ile konuşmaktadır. İç propaganda daha çok hedef kitlesinin duygusal alanına değmektedir. Siyaset, ekonomi, kültür, turizm, spor, müzik, sanat ve mimari gibi birçok çalışma alanında, ülkelerin kendi içerisindeki kitaplar, sinemalar, animasyonlar, fotoğraflar, afişler, reklamlar, pazarlama, tanıtım ve internet gibi aracı unsurlar vasıtasıyla görülen tüm propaganda faaliyetlerinin genel adı iç propagandadır. Böylece kendi milletini dış etkisinden koruyabilmek adına Joseph Goebbels başta olmak üzere kurulan Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nın Alman Haber Filmleri'nin kısa belgesel filmleri ve Halkın

Gözcüsü adlı gazetesinin nasyonel sosyalistleri destekleyen makaleleri bir iç propagandanın örneğidir (Avcı, 2018: 89-92).

Dış Propaganda: İç propagandanın zıttı olan dış propaganda, ülke dışında ülkenin iyi imajının ve tanıtımının sağlaması doğrultusunda yürütülen faaliyetlerdir. Dış propagandayı diğer tip propagandalardan ayrı kılan özellik sürekliliktir. Belli bir amaca ulaşan diğer propagandalar kendi faaliyetini sona erdirirken, uluslararası toplumda devletin yeri ve imajının korunması amacı olan dış propagandada ise sürekli faaliyetler yürütülmektedir. Birçok durumda elçilikler tarafından yapılan bu tip propagandaların resmi olduğu söylenebilmektedir. “Nerede bir vatandaşımız, soydaşımız varsa, biz oradayız.” mesajı olan ve Türkiye’nin yurtdışında tanıtımını yapmak, gurbetteki vatandaşların sıkıntılarına çare olmak, yurtdışında ikamet eden vatandaşların anavatanına olan aidiyetlerini korumak, yaşadıkları ülkelerde anadil, kültür ve kimliklerini muhafaza etmek, uluslararası öğrenciler için Türkiye Bursları burs programını yürütmek gibi eylemleri yürüten Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, 2010 yılında kurularak Türkiye’nin bir dış propagandasının önemli bir aracı olmuştur. Dış propaganda hem askeri hem de yumuşak güçleri içerdiği için Joseph Nye’nin kullandığı “smart power” (“akıllı güç”) olarak da tanımlanabilmektedir (Avcı, 2018: 92-95).

Konusu bakımından propaganda siyasal propaganda, askeri propaganda, kültürel propaganda ve ekonomik propaganda olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

Siyasal Propaganda: Siyasal propaganda iktidar savaşında çok önemlidir. Birilerinin iktidara gelmesi ve kendi iktidarını sürdürmesinde diğerlerinin ise iktidarı kaybetmesinde yardımcı olmaktadır. Ayrıca siyasal propaganda en eski propaganda türlerinden biridir. Piramitlerin muhteşem görünüşüne dayanan iktidarlılar aslında tahtta kalması amacıyla bu şaşılaştıran yapıtları siyasal propaganda olarak kullanmışlardı. Bunlar gücün ve nüfuzun göstereşiydi (Avcı, 2018: 95-96).

Askeri Propaganda: Askeri propaganda savaş stratejisi, lakaplar, marşlar, askeri filmler ve güç gösterilerini kapsayan propaganda çeşididir. Askeri propaganda bir devletin kendi halkına, dost devletlerin halkına, düşman devletlerin halkına ve tarafsız devletlerin halkına yönlendirilebilmektedir. Psikolojik savaş en çok askeri propagandada gözlemlenmektedir. Psikolojik savaş düşman devletin halkının moralini bozmak, motivasyonunu yıkmak ve korkutmak için yapılmaktadır. Mesela XIX. yüzyılda İngilizler, Fransa ordusu lideri Napolyon’u kısa boylu, cüce olarak adlandırarak ve Napolyon sendromu adlı kompleksi

uydurarak Fransız askerlerin motivasyonunun düşürülmesi amacıyla psikolojik savaş gerçekleştirmişlerdi (Avcı, 2018: 99-101).

Kültürel Propaganda: Kendi kültürünü yaymayı, diğer kültürleri etkilemeyi ve ülkede olan yabancıları kendi kültürü lehine çevirmeyi hedefleyen kültürel propaganda, bilimsel ve sanatsal alanlarda gerçekleştirildiği için diğer tür propagandalara göre daha az rahatsız edici ve etkisi açısından uzun vadede daha etkileyicidir. Farklı ülkelere bağlı olan kültür merkezleri veya enstitüleri kendi dilini, dinini, kültürünü, sanatını yaymak için var olan kuruluşlardır. Fransa'nın "Alliance Française", İngiltere'nin "British Council", Almanya'nın "Goethe Enstitüsü", İspanya'nın "Cervantes Enstitüsü", Çin'in "Konfüçyüs Enstitüsü" ve Türkiye'nin "Yunus Emre Enstitüsü" kültürel propagandanın örnekleridir (Avcı, 2018: 101-103).

Ekonomik Propaganda: Ekonomik propaganda bireysel, kurumsal veya doğrudan devlete maddi menfaat sağlayacak olan çalışmalardır. Mesela Türkiye, 1946 yılından itibaren uzun yıllar kutlanan ve şimdi de az da olsa etkileri devam eden yerli malı haftası ile ekonomide yerli tüketimin önemini vurgulayarak ekonomik propagandayı yürütmektedir (Avcı, 2018: 104-105).

Kullanılışına göre değişen propaganda stratejik ve taktik propaganda, takviye amaçlı propaganda ve karşı propagandaya ayrılmaktadır (Avcı, 2018: 105).

Stratejik ve Taktik Propaganda: Stratejik ve taktik propaganda halkların zihniyetlerini etkilemek ve belli bir hedefe ulaşmak amaçlarıyla yapılan propaganda faaliyetleridir. Bu tip propaganda başlayabilen savaş için bir hazırlık süresidir. Kitleleri gerektiği bilgilere inandırmak sonra zaman zaman bu bilginin tekrarlanması ile onun halkların hafızlarında kalmasını sağlamak ve böylece doğrudan ihtiyaçlara hitap ederek beyinlerinin yıkanması sürecidir. Bu bağlamda stratejik propaganda uzun vadeli; taktik propaganda ise kısa vadelidir. Bu tip propagandanın en iyi örneklerinden biri Soğuk Savaş ve özellikle bu savaşın içerisinde olan ideolojik çatışmadır (Avcı, 2018: 105-106).

Takviye Amaçlı Propaganda: Takviye amaçlı propaganda, destek propagandası veya işgal propagandası olarak da isimlendirilmektedir. Bu propaganda işgal ya da savaş sonrasında elde edilen kazançlarını korumak için yapılmaktadır. Halka yapılan yardımlar, alt yapı ile ilgili çalışmalar aslında halkın işgalci yönetim ile bağı sağlamakta ve savaş sonrası düzeni kurulmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde Arap isyanları desteklemek amacıyla yürütülen İngilizlerin çalışmaları, aslında var olan düzenin yıkılması onun yerine

yeni düzenin kurulması ve halk ile İngilizler arasında bağının oluşturulması için yapılan takviye amaçlı propagandadır (Avcı, 2018: 106-108).

Karşı Propaganda: Karşı propaganda düşman tarafından gelen propagandaya karşı alınan tedbirler ve enformasyon temizliğini sağlayan faaliyetlerdir. Düşman propagandasına cevap olarak verilen karşı propaganda düşman faaliyetlerinin etkisini azaltmaktadır. 1937 yılında ABD’de kurulan “Institute for Propaganda Analysis (Propaganda Analizi Enstitüsü)” kurumunun Nazi Almanyası’nın yaydığı bilgi ve haberlerinin yalan olduğunu ispatlaması doğrultusunda yapılan çalışmalar bir karşı propaganda örneğidir (Avcı, 2018: 108-109).

1.4.3. Propaganda Oluşturma Teknikleri

Kafamızda propaganda sırf yalan söyleme ve haber uydurma ile alakalı olmasına rağmen propagandanın aslında belli kuralları vardır. Ancak bu kurallara göre yapılan propaganda kitlenin akıllarında kalıp hedefe ulaşabilmektedir.

Propagandanın birinci kuralı konuları *sadeleştirme ve teke indirme kuralı*dır. Propaganda mesajları herkesin anlayabilmesi amacıyla kısa ve çekici olmalıdır. İnsanlar bir fikrin etrafında toplanmak ve onu desteklemek için bu fikri iyi anlamalıdır. Mesajın anlaşılması için kolay bir mesaj olması lazımdır. Bunun dışında birden fazla olan terim, fikir ve olayı teke indirmek onun sonra insandan insana aktarılmasını kolaylaştırılmaktadır (Özer, 2019: 18).

İkinci kuralı ise *birlik ve bulaştırma kuralı*dır. Bu kural aslında insanın bir topluma ait olma ihtiyacını kullanmaktadır. Bir fikri herkes tarafından desteklenmiş gibi gösteren propaganda, insanın herkes gibi ona katılmaması durumunda toplum dışında kalacağını belirtmektedir. Böylece birey toplumun haini olarak görülecektir. Kitle gösterileri ve mitingleri bu anlamda birlik ve bulaştırma kuralının örneğidir (Özer, 2019: 18-19).

Propagandanın üçüncü kuralı *büyütme, şişirme kuralı*dır. Kuralın temel prensibi propagandaya yarayan haberleri çok abartılı bir şekilde göstermek ama propaganda bakımından “zararlı” olanların önemini küçümsemektedir. Bu kural özellikle kitle iletişim araçları için geçerlidir. Medyada önemsiz olan haberler fazla konuşulurken bazı büyük haberler ise hiç tartışılmayarak geçip gitmektedir (Özer, 2019: 19).

Başka önemli kural olan *tekrarlama kuralı*, prensip açısından çok basit ama etkileyicidir. Bir mesajın insanın aklında uzun sürede kalması için sürekli bıkmadan tekrar edilmelidir. İnsan sürekli duyduğu bilgiye er ya da geç inanmak zorunda kalmakta ve onun sık sık tekrarlanmasından dolayı gerçek bir bilgi olduğunu düşünmektedir (Özer, 2019: 19).

Son kuralı olarak ise *geçiş evresi kuralı*dır. Halka sunulan konu yeni ise, onun inandırılması biraz süre almaktadır. Bunun için konu halka yavaş yavaş anlatılmalı ve ilk başta merak uyandırılmalıdır. Halkın gösterdiği tepkiye göre konunun kodlanması değişebilir. Fakat toplumun dikkatini çekmeye sürekli devam edilmektedir (Özer, 2019: 19).

Kuralları dışında propagandanın belli oluşturma teknikleri vardır. Bu teknikler sayesinde propaganda mesajları daha etkileyici ve inandırıcıdır. Bu teknikler: Ad takma; gösterişli genelleme; transfer; tanıklık; halktan biri; kâğıt derme; herkes yapıyor (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 24).

Ad Takma: Bir olayın veya olgunun propagandacıların istediği şekilde akıllarda kalması için onu etiketlemek yani ona kısa ve anlayışlı bir ad takmak gerektir. Bu adlar genelde olumsuz mana taşımaktadır. Mesela terörist, din düşmanı, vatan haini vb. (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 24).

Gösterişli Genelleme: Ad takmanın tersi olan gösterişli genelleme bir şeyin ya da bir kimsenin övülmesidir. Bir şey ya da bir kimseyi yüceltmek adına ona etkileyici ve onun iyi yönleri gösterilen bir isim verilmektedir. Örneğin vatanperver, kahraman vb. (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 24).

Transfer: Saygı duyulan sembolleri, işaretleri kullanmak, bir şeyin otoritesini istendiği olguya taşımak bir transfer tekniğidir. Bu teknik özellikle reklamlarda kullanılmaktadır (“cennet keyfi” “hayatın tadı” v.b.) (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 24).

Tanıklık: Reklamlarda ve siyasette çok kullanılan bu teknik aslında toplum tarafından çok sevilen bir kişinin otoritesini kullanmaktadır. Örneğin bir ünlünün reklamda yer alması ve bu reklamda bir ürün hakkında bahsetmesi, bu ürünü kullandığını demesi tanıklık tekniğinin kullanımıdır (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 25).

Halktan Biri: Hedef kitlesinden olan birine benzeyen bir adamın veya kadının imajının gösterilmesini içeren bu yöntem aslında “ben de sizin gibiyim ve ben bu ürünü alıyorum, bu partiyi destekliyorum” gibi mesajları iletmektedir (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 25).

Kâğıt Derme: Halkı inandırmak adına bir ürünün, partinin, şirketin, kuruluşun ancak olumlu yönleri gösterilen kâğıt derme tekniği, olumsuz yönleri göstermemeye çalışmaktadır. Bu yöntem, bir kuruluşun sitesinde müşterilerden sadece iyi yorumların var olması gibi unsurları kullanmaktadır (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 25) .

Herkes Yapıyor: Bir şeyin herkes tarafından yapıldığı gibi gösteren bu yöntem ile izleyiciye ve/veya dinleyiciye aslında “Ya siz neden yapmıyorsunuz?” sorusunu sormaktadır. Bu yöntem özellikle seçim öncesi anketlerde kullanılmaktadır. Açık ve net olan anket sonuçları insanı onun “Neden çoğunluğun yaptığı gibi bu partiye ya da adaya oy vermesin?” sorusuyla baş başa bırakmaktadır. Tekrar bireyin bir topluma ait olma temel ihtiyacını kullanmaktadır. Bu metot ile hedef kitlesi iyi bilinmekte ise sonuçlar çok etkili olabilmektedir (Ateş, 2000: 124; Özer, 2019: 25).

Propagandacılar kendi hedef kitlesini iyi biliyorlarsa ona uygun yöntemi kullanmaktadır. Bunun dışında her durumda tek bir usul kullanıldığını düşünmek yanlış olur. Teknik genişliği sayesinde birçok metot bir arada kullanılarak propaganda daha da tesirli yapılmaktadır.

1.4.4. Propaganda mı, Yumuşak Güç mü?

Uluslararası ilişkilerde “güç” çok boyutlu bir kavramdır. “Güç” hem devletlerin ulaşmak istediği amaç, hem ulaşılan amacın sonucunda elde edilen nüfuz ölçüsü, hem kaynaklar ve/veya kabiliyet üzerinde kontrol ölçüsü olabilmektedir. Amerikan araştırmacı Joseph Nye’a göre güç kavramı hava durumu gibidir. Çünkü herkes onu konuşmaktadır ancak işleyişini az kişi anlamaktadır. Bu iddiasına rağmen uluslararası ilişkilerde güç kavramı temelde devletlerin kendi çıkarlarına ulaşabilmek için kullanılan etken spektrumudur ve devletin elde ettiği etkisidir. Kabaca uluslararası ilişkilerde güç aktörlerin başarı ölçüsüdür (Nye, 1990: 177).

Dış politikada yüzyıllar boyunca var olan ve kendine askeri ve ekonomik güçleri içeren “hard power” ya da “sert güç” kavramının yanına Joseph Nye *Foreign Policy* dergisinin 1990 Güz sayısında “Yumuşak Güç” başlıklı makalesiyle “soft power” ya da “yumuşak güç” kavramını ortaya koymuştur. Joseph Nye yeni “bilgi çağı”nda yumuşak gücün önemini vurgulamaktadır. Nye’a göre, Soğuk Savaş döneminin sona ermesinin sonucunda oluşturulan çok kutuplu sistemde uluslararası örgüt ve medyanın etkisi artarken askeri kapasitenin önemi azalacaktır ve yeni asimetrik savaş yöntemlerinin üretimlerine geçilecektir. Temeli zorlama ve tehdit olan sert güç askeri müdahaleler ve ekonomik yaptırımlardan oluştururken yumuşak güç ise, cazibe ve ikna temellerinde kurmaktadır. Havuç ve sopa yöntemini uygulayan sert güçten farklı olan yumuşak güç, bir ülkenin kültürüne, refah seviyesine, fırsatlarına vb. hayranlık duyması, yurt içi ve yurt dışında olumlu hareketlerle ve ahlaki otoriter imajı ile ilgilidir. Yumuşak gücün en uygun kaynakları değerler, kültür, politikalar ve kurumlardır. Sert gücün davranış spektrumu emir üzerinde kurulurken, yumuşak gücün davranış spektrumu ise yanına çekme yöntemini izlemektedir (Nye, 2005; Özel, 2018; Sümer, 2020; Alemdar, 2020).

Tablo 1. Sert Güç ve Yumuşak Güç

	Sert	Yumuşak
Davranış Spektrumu	zorlama ikna etme Emir ← ● ——— ● → Yanına çekme	gündemi yaratma cazibe
En Uygun Kaynaklar	baskı ödemeler yaptırımlar rüşvet	kurumlar değerler kültür politikalar

Kaynak: Nye, 2005: 37

Bu çerçevede yumuşak gücün en önemli üç yöntem: dış yardımlar, kültürel diplomasi ve kamu diplomasisi olduğunu söylenmektedir. Dış yardımlar, bir devlet ve/veya uluslararası kuruluşun başka devlete hibe veya tavizli kredi olarak verilen kaynaklardır. Kovid-19 sırasında Türkiye'nin çeşitli ülkelere insani yardım göndermesi, dış yardımın örneğidir (Alemdar, 2020). Kültürel diplomasi ise, bir ülkenin itibarını artırmak ve başka ülkeler ile ortaklık kurmak amaçları doğrultusunda kullanılan sanatsal, bilimsel, teknolojik, eğitimsel vb. öğelerdir. Mesela, Almanya'da 1925'te kurulan Deutscher Akademischer Austauschdienst'in (DAA) (Alman Akademik Değişim Servisi), İkinci Dünya Savaşından sonra Fransa ile Almanya arasındaki gerginliği azaltmak ve iki milletin arasındaki nefreti ortadan kaldırmak amaçlarıyla 1945-1988 yıllarında öğrenci değişim programları gerçekleşmesi kültürel diplomasi'nin bir örneğidir (Yağmurlu, 2019: 12000). Ülkenin dünyada tanınmasını ve takdir etmesini sağlayan kamu diplomasisi ülkenin hükümeti yabancı ülkelerin vatandaşları ile stratejik bir iletişim yöntemidir. Kamu diplomasi sürecinde hedeflerine ulaşmak ve çıkarlarını karşılamak için devlet bu amaçla özel kurumları, enstitüleri, dernekleri vb. kurmaktadır. Bu kurumlar aracılığıyla ülke hakkında olumlu bilgi yaymaktadır ve böylece dış kamuoyu şekillendirmektedir. Yumuşak gücün yöntemlerine bakılırsa kamu diplomasisi propaganda ile kesişmektedir. "Nation branding" ya da "ulus markalama" adına yönlendirilen ve ülkenin imajını geliştirilmesi ile ilgili faaliyetler aslında propaganda faaliyetleri olduğunu söyleyebiliriz. "Kamu diplomasisi, bir propaganda biçimi midir?" sorusuna olumlu cevap veren Waller kamu diplomasisinin nesnel olarak propaganda olduğunu iddia etmektedir. Waller'e göre Birinci ve özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra birçok kişinin gözlerinde propagandanın olumsuz anlamı kazanması nedeniyle kamu

diplomasinin aktörlerinin çoğu yaptıklarının propaganda olduğunu reddetmektedir. Kamu diplomasisi propaganda gibi resmi, planlı ve maksatludur. Fakat propagandanın manipölasyon, uydurma, yanlış bilginin doğru olarak gösterilmesi yöntemleri içermesi halinde buna kamu diplomasisi denmemek gerekmektedir. Bunun dışında kamu diplomasisi halinde bilgi sunan kaynak açık ve resmidir. Propaganda durumunda ise, bu kaynak bilinmeyen bir kaynak olabilmektedir. Böylece propaganda her zaman kamu diplomasinin eş anlamlısı olmadığını ve propagandanın türüne göre bu kamu diplomasisi olmayabildiğini vurgulamak gerekir. Bu çerçevede propaganda türlerinden kamu diplomasisi ile örtüşen en çok beyaz propagandadır. Çünkü beyaz propagandada kaynak iyi bilinmektedir ve bazı şeylerin küçümsemiş ya da abartmış olarak gösterilmesine rağmen doğru bilgi sunmaktadır (Halidov, 2014; Say, 2015; Dinçer, 2016; Karaağaç, 2019: 699-700).

II. RUSYA’NIN ÜLKE ANALİZİ

Bu bölümde Rusya tarihsel, ekonomik, siyasal ve toplumsal açılardan analiz edilmektedir. Devlet-medya ilişkisinde hukuk sisteminin, toplumsal grupların vb. kimi ülke gerçeklerinin bilinmesi, tezin konusunu anlamada faydalı olacaktır. Rusya’nın tarihinin incelemesi ise ülkenin arka planının tanınmasını sağlayacaktır. Bu bölümdeki anlatılan bilgi Rusya’nın nasıl bir ülke olduğunu, onun devlet yapısını, politik paradigmasını, elde etmek istediklerini ve bunun için yapabileceklerinin değerlendirilmesinde yardımcı olacaktır.

Tablo 2. Rusya Hakkında Genel Bilgiler

Resmi Adı	Rusya Federasyonu (RF)
Başkent	Moskova
Nüfus	142,9 milyon (2010 Nüfus sayımı)
Yüzölçümü	17.075.000 km ²
Devlet Başkanı	Vladimir Putin
Başbakan	Mihail Mişustin
Dışişleri Bakanı	Sergey Lavrov
Konuşulan Diller	Rusça (Federal birimlerde 27 diğer dil de resmi statüdedir)
Para Birimi	Ruble
GSYİH	1,70 trilyon ABD Doları (2019)
Etnik Yapı	Rus (%80,9), Tatar (%3,7), Ukrain (%1,4), Başkurt (%1,1), Çuvaş (%1), Çeçen (%1), diğer (%10,2)
Önemli Siyasi Partiler	Birleşik Rusya Partisi, Komünist Parti, Liberal Demokratik Parti, Adil Rusya Partisi
Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar	Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı, Dünya Ticaret Örgütü, Avrasya Ekonomik Birliği, Bağımsız Devletler Topluluğu, Şanghay İşbirliği Örgütü, Ortak Güvenlik Anlaşması Örgütü, Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü, Asya’da İşbirliği ve Güven Arttırıcı Önlemler Konferansı,

	Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği, Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı
--	--

Kaynak: T.C. Dışişleri Bakanlığı (2022) (Çevrimiçi) <https://www.mfa.gov.tr/rusya-kunyesi.tr.mfa> [Erişim 15.09.2022]

2.1. ÜLKENİN KISA BİR TARİHÇESİ

Politika yapımı sürecinde Rusya Federasyonu hem iç, hem dış kamuoyunu şekillendirmek amacıyla propagandaya dayanmaktadır. Bu propagandanın büyük bir kısmı Rusya'nın zengin tarihsel mirasına dayanmaktadır. Rusya'yı köklü tarihe sahip olan ve gelmiş geçmiş en güçlü devlet olarak gösteren medya propagandanın insanlara daha inandırıcı gelmesini sağlamaktadır ve günümüzdeki Rusya devletinin iddialarının mantıklı ve adil olduğunu kanıtlamaktadır. Örneğin, Rus propagandasında sürekli kullanılan “Kyiv, Rus şehirlerin anası” mesajı, Rusya ile Ukrayna arasındaki tarihi bağa dayanarak Rusya Federasyonu'nun Ukrayna'yı kendi etki alanına çevirmesi hatta Ukrayna topraklarına göz koymasını aklatmaktadır. Bu sebeple, ülkenin tarihini analiz etmekte fayda vardır.

Öncelikle, Moskova Çarları ve sonraki devlet yöneticileri heybetli geçmişe sahip olmadan büyük milleti ve imparatorluğu kurmak zor olduğunu biliyorlardı. Tarihi köklerini yüceltmek adına genelde hem Rus tarihçileri, hem devlet liderleri Rusya'nın tarihini Kyiv Knezliği'nden başlamayı tercih etmekteydiler. Rus tarihinde Kyiv Knezliği genelde üç milletin Ruslar başta olmak üzere Ukraynalılar ve Belaruslular oluşum noktası olarak algılanmaktadır. Böylece Rusya Federasyonu, Kyiv Knezliği'nin mirasçısı olarak görünmeye çalışmaktadır. Fakat bununla çatışan birkaç önemli nokta vardır (Dashkevych, 2014).

2.1.1. Erken Tarih

M.S. I. binyılın ortasında gelecek Rusların topraklarında Fin-Ugor ve Baltık kavimleri yaşamışlardı. Pskov krıvıçlar ve ilmen slovenler, bu topraklara ilk yerleşen Slavlardı. Asimilasyon sonucunda merkezi Novgorod şehrinde olan yeni bir etnografik grup oluşturulmuştur. IX. yüzyılın sonucunda Novgorod ve etrafları Kyiv Knezliği'ne dahil olmuştur. 1136 yılında Kyiv Knezliği'nin dağılmasının ardından feodal cumhuriyet haline gelen Novgorod, Kyiv ile olan ilişkilerini kesmemiştir (Pivtorak, 2001: 64-79). IX.- XII. yüzyıllar boyunca Moksel adını taşıyanlar Muroya, Merya, Mokşa, Veps, Çud ve Çirmiş kavimleri dahil Tula, Ryazan ve Moskova bölgelerinde yaşamışlardı (Dashkevych, 2014). Çağdaş Rusya'nın merkez Avrupa toprakları uzun süredir Kyiv Knezliği'nin dışında kalan ve çalılıklarla ayrılan topraklardı. Bu sebeple, bu toprakları XV. yüzyıla kadar “Zalissya”

("Залисся") yani ormanın arkasında olanlar (za (за) – arkasında; lis (ліс) – orman) olarak adlandırılmıştır (Pivtorak, 2001: 64-79). 1137 yılında Kyiv Knez'in altıncı oğlu olan Yuri Dolgorukiy, Kyiv Knezliği'nde herhangi bir prensliği almadan bu topraklara gelmiştir (Dashkevych, 2014). Yerli bir kadınla evlenip, Yuri Dolgorukiy Rostov-Suzdal topraklarının başına gelmiştir ve Novgorod, Polotsk, Smolensk gibi şehirlerin Kyiv'den ayrılma politikasını yürütmüştür. 1147 yılında Yuri Dolgorukiy gelecek Rus devletinin başkenti Moskova'yı kurmuştur. Yuri Dolgorukiy, Kyiv'den ayrılma politikasını izlemesine rağmen onun oğlu Andrei Bogolyubsky gibi Kyiv ile olan bağları kesmemiştir. Onun mirasçısı Andrei Bogolyubsky önce Kyiv'in etrafında bulunan Vişgorod şehrinin tahtına çıkarılmıştır. Ama sonra oradan kaçıp Suzdal'a dönmüştür. Vişgorod'tan kaçarken Bogolyubsky Vişgorod Hz. Meryem ikonası çalıp onu kendi Knezliğin kutsal sembolü yapmıştır. Zamanla Vişgorod Hz. Meryem ikonası Vladimir ikonası olarak bilinmeye başlamıştır ve Uspenskiy Katedraline taşınmıştır. Bu çalınan ikona yüzyıllar boyunca Rus devletinin en kutsal sembolü olarak algılanmıştır ve hâlâ Rus kilisenin gurur kaynağı olarak kalmaktadır (Kovalenko, 2021). Andrei, diğer Kyiv Knezlerle birlikte Kumanlara karşı seferlere çıkmamıştır. Hatta kuzey bölgelerin kilise bağımsızlığını talep etmiştir. Bogolyubsky döneminde Knezliğin başkenti Suzdal'dan Vladimir'e taşınıp Vladimir-Suzdal Knezliği olmuştur. 1169 yılında Kyiv'in Novgorod işlerine karışmasına karşı çıkan ve bütün kuzey toprakların kendine ait olduğunu zanneden Bogolyubsky, savaşı ilan etmiştir. Andrei Kyiv'i yok edip fethetmiştir. Suzdallılar, Desiatynna Kilisesi'nden ve Kyiv Ayasofya Katedrali'nden bütün ikonaları, mücevherleri ve kitapları alıp soydular. Kroniklere göre "...merhamet hiç yoktu, kiliseler yıkılıyordu, Hristiyanlar öldürülüyordu, bazıları ise esaret altına alınıyordu..." (Pivtorak, 2001: 76). Ondan önce Kyiv'i kimse böyle mahvetmemiştir. Buna benzer saldırı ise Kyiv, 1203 yılında Suzdal Knez Vsevolod tarafından yaşamıştır. Tarihçilere göre yapılanlar bunun daha önceki gibi knezlerarası çatışmanın olmadığını ve etniklerarası çatışmanın olduğunu kastetmektedir. Bogolyubsky, Kyiv'in valisi olarak kendi kardeşini atamıştır. Kendisi ise, Vladimir'e dönmüştür. Kyiv, Knezliklerin merkezi olma anlamı kaybetmiştir ve siyasi merkez Halyç'a taşınmıştır (Pivtorak, 2001: 64-79).

2.1.2. Moskova Knezliği

1238 yılında Altın Orda Suzdal'ı almıştır ve "Zalissya" toprakları kendi gelişiminde tamamen Kyiv Knezliği'nden kopmuştur. Böylece bu topraklar Altın Orda İmparatorluğu'nun saflarına girmiştir (Pivtorak, 2001: 64-79). Gelecekte Nevski soyadını kazanan küçük Aleksandr 1238-1252 yıllarında Altın Orda Devletinin bir Han'ının rehiniydi ve birçok gelenek Altın Orda'dan almıştır. Aleksandr, Han'ın oğlu Sartak'ın kardeşi olarak yetiştirilip Altın Orda

Devletinin bir Han'ının kızıyla evlenmiştir. 1277 yılında Moskova, Mengü-Timur Han'ın izniyle Altın Orda'nın ulus statüsünü almıştır (Dashkevych, 2014; Kemaloğlu, 2009). Aleksandr Nevski'nin en küçük oğlu olan I. Daniil Moskova Knezliği'nin ilk yöneticisiydi. 1303-1325 yıllarında Moskova Knezliği, Daniil'in oğlu Yuriy tarafından yönetilmiştir. Yuriy bütün Moskova Nehri havzasını kontrol altına alarak knezliğini batıya doğru genişletmiştir. Yuriy, Altın Orda Han'ın kızı ile evlenerek Altın Orda ve Moskova Knezliği arasındaki bağları pekiştirmiştir. Altın Orda Devleti'nin yıkılmasıyla birlikte Moskova Knezliği 1480 yılında bağımsız devletin haline gelmiştir (Vitenko, 2013: 52-87). Ama Altın Orda dönemi hem yeni kurulan devletin sosyo-politik gelişiminde, hem insanların zihniyetinde büyük iz bırakmıştır ve birçok konuda onu şekillendirmiştir. Eski Kuzey-Batı ulusun yöneticisi olan Moskova Çarı, Cengiz Han'ın İmparatorluğu'nun çöküşü ile hem Moskovalılar, hem Tatarlar tarafından Moğol-Tatar devletinin mirasçısı olarak görünüyordu (Pivtorak, 2001: 64-79, Kemalolğlu, 2009). 1462-1505 yıllarında hükümü süren İvan Vasilyeviç ya da Büyük İvan tek merkezli Rus devletinin yöneticisi olmuştur. Büyük İvan'ın izlediği “toprakları toplama” politikası eski knezlerden yeni elitin oluşmasına yol açmıştır. Yerel koşullu arazi mülkiyeti sistemi ve *prikazı* (yönetim organları) kurulmuştur. Yönetim prensipleri Altın Orda Devleti'nin siyasal geleneklerine dayandığı için knez sınırsız bir güce sahipti. Novgorod ve Pskov'daki aristokratik cumhuriyetler kaldırılmıştır (Vitenko, 2013:52-87). “Tüm Rusların Hükümdarı” olarak taç giyen III. İvan, Litvanya Büyük Dükalığı'nın egemenliği altında bulunan eski küçük knezliklerini ele alması amacıyla Litvanya ile çekişmiştir. Moskova'nın azameti ve münhasırlığı ile ilgili konuşmalar III. Vasili (1505-1533) döneminde başlamıştır. Bu fikir, ilk defa Moskova Ortodoksluğunun temsilcisi, keşiş Filofei tarafından şöyle bir şekilde aktarılmıştır: “İki Roma düştü, üçüncü ise hâlâ duruyor ve dördüncü Roma hiç bir zaman olmayacaktır” (Dashkevych, 2014). Böylece kendini seçilmiş olarak görülen ve kendini önce Roma'nın, sonra Konstantinopolis'in mirasçısı olarak ilan edilen Moskova, kendi heybetli geçmişini inşa etmeye ve kendi özel görevi olan tarihsel rolüne inanmaya başlamıştır. Moskova'nın üçüncü Roma ve bütün Ortodoksların asıl merkezi olmasının mesajı hâlâ sıkça Rus propagandasında kullanılmaktadır.

2.1.3. Rusya Çarlığı

III. İvan Çar olarak taç giymesine rağmen Rus Çarlarının saltanatı, pratikte devletin merkezîleşmesini tamamlayan ilk hükümdar olan IV. İvan (Korkunç İvan) ile başlamıştır. Bu dönemde Moskova Knezliği'nin ideolojisinin temelleri atılmıştır. Örneğin, Bizans kültürüne benzer çift başlı kartal armasının kullanımı, Moskova'nın Bizans vârisi olmanın fikrinin yayılımı, vs. IV. İvan Kazan, Astrahan ve Sibirya'nın bazı topraklarını ele alınca kendini

“Tüm Rusya’nın Çarı” olarak ilan etmiştir. Çarlık yönetim sistemine geçiş yaptıktan sonra yöneticinin gücü mutlak olmuştur. Toprakların artması nedeniyle devletin nüfusunun etnik bileşimi daha karışık olmuştur. Korkunç İvan döneminde Rusya tarihi için başka önemli bir nokta ise *opriçnina* idi. Çarlığa bağlı gizli polis kurumu olan *opriçnina* Çar’a muhalif Rus aristokratların mallarını müsadere ederdi. Devlette olan her şey ya *zemşina* (зeмщина; IV. İvan tarafından boyarlara verilmiş olan devletin kenarında bulundukları) ya da *opriçnina* (опричнина; IV. İvan’ın şahsi mülküydü) olarak ilan edilmiştir. *Opriçnina* toplam olarak 20 yıl sürmüştür ve IV. İvan’ın, Korkunç ismini almasının sebeplerinden biriydi. Bunun dışında IV. İvan döneminde yer alan Stoglav Sinod tarafından çıkarılan Stoglav yani kararnamelerin derlemesi resmi olarak ilk defa Rus devletine manevi sansür getirilmiştir. Stoglav, kilise kitaplarının yazışma sırasının katı bir şekilde düzenlenmesini, ikonların yazılmasını ve kiliseler inşa edilmesini kontrol etmeye başlamıştır. 1598’de I. Fyodor’un ölümü ile Rurik Hanedanı’nın son üyesi ölmüştür. Böylece Rusya tarihinde Karışıklık Dönemi veya Dertler Dönemi olarak adlandırılan dönem başlamıştır. Karışıklık Dönemi, Zemsky Sobor tarafından 1613’te Mihail Romanov’un Çar olarak seçilmesiyle sona ermiştir. Bundan sonra Rusya Romanov Hanedanı tarafından yönetilmiştir (Vitenko, 2013: 52-87).

2.1.4. Rusya İmparatorluğu

Rus devletinin sonraki yükselişi Batılılaşma ve Aydınlanma’ya dayalı reformları yürüten I. Petro zamanlarında olmuştur. I. Petro’nun şahsiyetine farklı bakışların nedeni dışsal modernleşme biçimleri Moskova için geleneksel arkaik ve despotik yöntemlerle gerçekleştirilmesi, toplumun iç kaynaklarının tükenmesiyle dış ve askeri güç sağlanmasından kaynaklıdır. I. Petro’nun başlattığı sanayi ve ticaret gelişimine Batı Avrupa’daki meydana gelen toplumsal değişimler eşlik etmemiştir. Bunun dışında Petro’nun Çar’ın otoritesine dayanabilecek siyasi ve ideolojik etkinin ana cepelerini (boyarlar ve patrikliği) yok etmesi, Rus devletinin siyasal yaşamını tamamen şekillendirmiştir (Vitenko, 2013: 52-87). 1700’li yıllarda Rusya’da hızla geliştirilen ve yayılan baskıcılık da devletin siyasi hayatına etkilenmemesi için Petro’nun kontrol altına geçmiştir. On beş yıl boyunca Rusya’ya kitap basma tekel hakkı Petro’nun arkadaşı olan Amsterdamlı tüccar Jahn Tessing’e verilmiştir. Aynı zamanda diğer yabancı matbaaların basılı ürünlerinin satışı için para cezaları belirlenmiştir ve kitapların “büyük hükümdarın görkemine” göre basılması gerektiğini açıklanmıştır. Kilise reformu kapsamında kitap sansürü alanında kilisenin yetkilerine bile kısıtlamalar getirilmiştir. Rus devletinde sansürün tarihini çalışan Reifman kendi kitabında Petro dönemindeki sansürü şöyle tarif etmektedir: “Petro’nun şahsında, ülkenin tüm yayıncılık işi yoğunlaşmıştır; kendisi editör, çevirmen, yayıncı, müşteridir. Basılı

materyalleri kendisi seçer ve kontrol eder. Onun gözlerinden tek bir basılı satır kaçmaz” (Reifman, 2015: 25-61). Ülkenin ilk gazetesi “Vedomosti” (“Beyanlar”) 1702 yılında kurulmuştur ve bu dönemden itibaren bugüne kadar hâlâ Ruslar için en popüler ve en güvenilir bilgi alma kaynağından biri olarak kalmıştır. Katherine Ognyanova, “In Putin's Russia, information has you: Media control and Internet censorship in the Russian Federation” (Putin’in Rusya’sında bilgi size sahip: Rusya Federasyonu’nda medya kontrolü ve internet sansürü) 2015 yılında yayımlanan makalesinde şöyle bir fikir sunmaktadır: “Gazete, İmparatorun kontrolünün altında olduğu için gazetenin asıl görevi Petro’nun planlarından ve arzularından halkı haberdar etmektir. “Vedomosti” sonraki yıllarda ortaya çıkan diğer basılı medya gibi hiç bir zaman halka hizmet vermek amacına sahip değildi; yöneticinin öncelikleri halka sevdirmek gazetenin hep tek amacıydı. Rekabet ve özel çıkarlarla yolu izleyen Batılı medya ile karşılaştırma yaparken Rus medyası her zaman öncelikle siyasi bir araç olarak kullanılmıştır” (Ognyanova, 2015: 4). I. Petro’nun dış politikası genelde Prut Savaşı ve Kuzey Savaşı ile çağrıştırmaktadır (Vitenko, 2013: 52-87). İmparatorluğu kurmak isteyen Petro bu İmparatorluğun ancak askeri zaferlere değil, heybetli geçmişe ve özel misyona da dayanması gerektiğini biliyordu. Bunun için I. Petro 1701’de, boyun eğdirilen tüm halkların kayıtlı tüm ulusal tarihi eserlerini (eski kronikler, kronograflar, arşivler, kilise belgeleri vb.) ortadan kaldırmak için bir kararname çıkarmıştır (Kostenko, 2021). Hatta Batılılaşma politikasını izleyen Petro, Avrupa’da farklı alanlarda olan uzmanları tarihçileri dahil Rusya’ya getirip Rusya’nın tarihini yeniden yazmak adına tarih komisyonunu kurmuştur. Bu tahriflere dayanarak 22 Ekim 1721 tarihinde Moskova Rusya İmparatorluğu, Moskovalılar ise Ruslar olarak ilan edilmiştir. Büyük Petro döneminde Saint-Petersburg kurulmuştur. İmparatorluğun başkenti olarak inşa edilen ve İmparatorun ismini taşıyan şehir Avrupa’da en iyisi ne varsa kendine almıştır. Ayrıca yeni ilan edilmiş İmparatorluğun gücünün gösterişi ve devletin Avrupa’ya yönlendirilmesinin simgesi olarak kurulan başkent “Avrupa’ya açılan pencere” idi. Saint-Petersburg, Rusya’nın İsveç’ten fethettiği topraklar üzerine inşa edilmesi için zorunlu işçi olarak askere alınan on binlerce serfin hayatına mal olan bir projeydi. Saint-Petersburg 200 yıl Rus Çarlığı’nın başkentliğini yapmıştır ve Rus İmparatorluğu’nun gücünü göstermek adına bir propaganda aleti olduğunu söyleyebiliriz (Dashkevych, 2014).

I. Petro’nun tarih değiştirmesi ve yeniden yazmasına Çariçe II. Katerina veya Büyük Katerina (1762-1796) başarıyla devam etmiştir. Avrupa’da doğmuş ve büyümüş olan II. Katerina soylu ve eğitilmiş bir kadın olarak hanedanın Tatar-Moğol ile ortak zemine sahip olduğunu inkâr etmiştir ve ülkesinin bütün tarihi sözlü yani *bilini* (былины) olmasında ısrar etmiştir

(Dashkevych, 2014). Sonuç olarak, 4 Aralık 1783 tarihinde Büyük Katerina “Başta Rus olmak üzere eski tarih hakkında notlar derleme komisyonu” kurmuştur. Bu komisyon 9 yıl boyunca çalışarak Çariçe’nin emri ile bazı kaynaklar düzeltiyordu; Bazı yeniden yazılıyordu, İmparatorluk için en büyük tehdit gösterenler ise, yok ediliyordu. Rus tarihinin yeni versiyonu 1792’de yayınlanmıştır. Bu versiyon, 19. yüzyılın tarihçileri için en önemli referans olmuştur ve birçok Rus tarihini anlatan kitaplar ona dayanarak yazılmıştır. Örneğin, Rus tarihi için temel olan Nikolay Karamzin’in “Rus Devlet Tarihi” adlı 12 ciltlik çalışması ve/veya Sergey Solovyov’un “Eski Zamanlardan Beri Rusya Tarihi” adlı 29 ciltlik çalışması II. Katerina döneminde yayımlanan Rus tarihine dayanmaktadır (Kostenko ve Halupa, 2021). Çariçe Katerina yalnız tarih konusunda Petro’nun politikasına devam etmemiştir. Katerina Batılılaşma ve Aydınlatma konularında da Petro’yu takip etmiştir. Çariçe kendisi Voltaire ve Diderot ile yazışlıyordu. Toprak genişletme konusunda da Katerina oldukça başarılıydı. Birkaç Osmanlı-Rus savaşı sırasında Kuzey Karadeniz toprakları, Kırım ve Kuban Rusya’nın ellerine geçirilmiştir. Polonya’nın parçalanmasının sonucu olarak ise, Belarus, Litvanya ve Kurlandiya Rusya’nın egemenliği altına geçmiştir (Vitenko, 2013: 87-147). Rusya’nın sansür tarihi için de önemli değişimler Katerina tarafından yapılmıştı. Bunlar, 1796 yılında sansür kurumunun kurulması ve mesleğinin tanıtılmasıydı (Reifman, 2015: 25-61). II. Katerina döneminde olan ve bizim için ilgi çeken bir ayrıntı daha, Potemkin köyleridir. Rivayete göre Osmanlı-Rus savaşlarından sonra Rusların fethettiği Kırım ve Güney Ukrayna topraklarına Genel Valisi olarak atanan Grigori Potemkin, Çariçe’nin bu toprakları ziyaretinin sırasında sefalet içinde olan fakir köyleri refah içinde yaşadığını göstermiştir. Savaştan sonra Dinyeper Nehri’nin iki yakasında bulunan bu köyler çok kötü durumdaydı. Fakat Potemkin, Katerina’nın sempatisini kaybetmemek adına ırmak boyunca tahtadan duvarların yaptırılmasını, bu duvarların evlerin ön yüzlerine işlenmesi ve köylülerin güzel kıyafetlere giydirilmesine emir vermiştir. Böylece Çariçe kendi ziyareti sırasında ancak güzel evleri ve mutlu köylüleri görmüştür. Bir şeyin gerçeğinden daha iyi gösterilmesi Potemkin köyü olarak adlandırılmaya başlamıştır. Bu ifade, Rusça’da hâlâ aktif bir şekilde kullanılmaktadır (Dushenko, 2018).

Hem toprak açısından genişleten, hem dünya çapında siyasi otoritesini yükselten Rusya, Napolyon’a karşı kazanılan zaferden sonra Avrupa’nın en güçlü devleti haline gelmiştir. Rusya, Avrupa’nın güçlü ülkelerin arasında yer almasına rağmen I. Nikolay hükümdarlığı sırasında (1825-1855) daha çok İran, Osmanlı İmparatorluğu, Polonya ve Kafkasya gibi zayıf rakipleri seçip kendi pozisyonunu pekiştirmiştir. 1848’de Avrupa’yı sarsan devrim dalgası yalnızca Rusya’yı etkilememiştir. Fakat 1853-1856 yıllarında Kırım Savaşı’nı kaybeden

Rusya yavaş yavaş kendi rolünü düşürmeye ve daha çok iç sorunlarda boğulmaya başlamıştır. Dış politikanın başarısızlığı iç sorunlardan kaynakladığını düşünen II. Aleksandr kapsamlı bir reform programı hayata geçirmiştir. Yerel yönetimi, eğitim, finansal ve askeri reformlar arasında özellikle 1861'deki köylü serflliğini ortadan kaldıran reform dikkat çekicidir. Birçok tarihçiye göre bu reform sonraki iç çatışmaların ve devrimlerin nedeni olabilirmiştir. Bu çatışmaların sonucu olarak II. Aleksandr, 13 Mart 1881'de Narodnaya Volya adlı bir terör örgütü tarafından yapılan bombalı suikast sebebiyle ölmüştür (Vitenko, 2013: 87-147).

2.1.5. SSCB'nin kuruluşu

XIX. yüzyılın 1880'lerde marksizm Rusya'da yayılmaya başlamıştır ve 1898 yılında Rusya Sosyal Demokrat İşçi Partisi kurulmuştur. Partinin ikiye bölünmesinin sonucunda Vladimir Lenin başta olmak üzere Bolşevikler ortaya çıkmıştır. Toplumsal hoşnutsuzluğun neticesinde 1905-1907 yıllarında devrim patlamıştır. Toplumu sakinleştirmek için İmparator II. Nikolay insanlara birçok yeni hak tanınmasıyla birlikte siyasi partilerin kurulmasına izin veren Ekim Manifestosunu kabul etmiştir. I. Dünya Savaşı patlayınca Rusya İtilaf Devletlerinin tarafını tutmuştur. Savaş, II. Nikolay'ın zaten zayıf olan pozisyonu daha da fenalaştırmıştır. Akabinde 1917'de Şubat Devrimi patlamıştır. Devrim, Rus İmparatorluğu'nun çöküşüne yol açmıştır. Ardından gelen Ekim Devriminin sonucu ise, Sovyetler Birliği'nin kuruluşu olmuştur (Vitenko, 2013: 87-147).

2.1.6. SSCB'nin ilk dönemi

Lenin'in iktidara gelmesiyle birlikte katı sansür getirilmiştir. Matbaalara el konulmuş ve burjuva gazetelerin basımı durdurulmuştur. Komünist Parti, "toplumun sosyo-politik ve ideolojik birliğini" ilan ederek ideolojik çoğulculuğu tamamen reddetmiştir. 1920'lerde sansür belli bir düzene gelmiştir ve sansür ile ilgilenen en önemli devlet organı olan Basında Devlet Sırlarını Koruma Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Bolşeviklerin kazanmasının ardından birçok yasak yürürlüğe girmiştir. Bunların arasında din ve marksist diyalektik ile çatışan genetik gibi bazı bilimler yasaklanmıştır. Şekillendirilen düzen neredeyse hiç değişmeyerek Sovyetler Birliği'nin çöküşüne kadar devam etmiştir (Vitenko, 2013: 147-218). Fakat Lenin medyayı ancak tehlike olarak görmemiştir. Aynı zamanda Komünist Parti medyayı komünist semboller ve Marksist sloganlar ile devletin güçlenmesi için bir araç olarak kullanıyordu. Komünist ideolojisinin yayılması ve insanların örgütlenebilmesi amaçlarıyla kullanılan broşürler ve gazeteler 1920'lerde okur-yazar oranının düşük olmasından dolayı bu kadar etkili olmamıştır. Bu nedenle, Rus Ortodoks ikonalarına benzer sembollerini kullanan ve okur yazar bilmeyen toplum tarafından kolayca anlaşılan afişler,

Komünist Partinin neredeyse en önemli medya aracı olmuştur (Akan, 2017: 81-82). Savaşın zarar gören ekonomi de değişiklikleri görmüştür. 21 Mart 1921 tarihinde Novaya Ekonomiçeskaya Politika (Новая Экономическая Политика) yani Yeni Ekonomi Politikası kısaca NEP yürürlüğe girmiştir. NEP, askeri komünizmden ayrılmayı ve piyasa teşviklerine dayanarak sosyalist bir ekonominin inşasını sağlamıştır. Fakat Lenin'in ölümünden kısa bir süre sonra NEP ortadan kaldırılmıştır ve 5 yıllık kalkınma planlarıyla değiştirilmiştir. Sovyetler Birliği, ancak ekonomik veya siyasi alanda değil, birçok alanda kendi sistemini kurmuştur (Vitenko, 2013: 147-218). Bu çalışma için Sovyetler Birliği'nin propaganda sistemi özellikle ilgi çekicidir. Propagandayı çalışan Georgii Pocheptsov'a göre, Sovyet propagandası üç: fiziksel, bilgisel ve sanal boyutu kontrol ediyordu. Fiziksel boyut, Pocheptsov'un yazdıklarına göre statik ve dinamik simgeleştirmeye ayırıyordu. Statik simgeleştirme, sokakların ve meydanların yeniden adlandırılması ve anıtların kurulması üzerinde yapılıyordu. Dinamik simgeleştirme, askeri geçit törenleri, işçilerin gösterileri ve çelenk bırakma törenlerinden oluşturuluyordu. Bilgisel boyut sansür ile kontrol ediliyordu. Ayrıca hem genel okuyucuya, hem her mesleğe yönelen milyonlarca propagandist gazete bilgisel boyutu şekillendiriyordu. İdeolojik sisteme dayanan filmler ve kitaplar sanal boyutu oluşturuluyordu. Pocheptsov'un yaptığı yoruma göre, birçok durumda bu eserler ancak ideolojik misyonu yürüten aletler değildi ve çoğunun sanatsal değeri de vardı. Bu karmaşık haliyle eserlerin arkasında olan ideolojik zeminin görünmesi daha zordu. Stalin döneminde sanal boyut iktidarın daha sıkı kontrolün altına girmiştir. Mesela, Stalin'in filmlerin senaryolarını kendisi okuduğu ile ilgili kanıtlar vardır. Propagandanın bu kadar kapsamlı olduğu propagandanın mutlak ve devletin ise, totaliter olarak adlandırılmasına yol açmıştır (Pocheptsov, 2018: 525-526). 1928 yılında Josef Stalin iktidara gelmesiyle SSCB tamamen bir totaliter devlet haline gelmiştir. Aynı zamanda özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra SSCB, ABD ile birlikte hegemon devletleri olmuştur.

SSCB'nin dönemsel geçişlerini ve dönüşümlerini izlemek için devletin her döneminin propagandasını analiz etmekte fayda vardır. Çünkü Pocheptsov'a göre, propaganda Sovyetler Birliği'nin inşa edilmesinin ana mekanizmasıydı. Propaganda, Sovyetler Birliği Silahlı Kuvvetleri ve KGB kadar devlet sisteminin ayrılmaz bir parçasıydı. Sovyetler Birliği'nde her şey bizim/onların dikotomisinin etrafında dönüyordu ve Sovyetler Birliği Silahlı Kuvvetleri bizim/onların ayırımı fiziksel boyutta, KGB – bilgisel boyutta kontrol ederken propaganda bu ayırımı sanal boyutta yapıyordu. Kendi dünya modelini şekillendiren propaganda *bizim onları*ndan her zaman daha iyi olduğunu göstermeyi amaçlamıştır. SSCB'nin propagandası genel anlamda her propaganda sistemi işlev yapmasına rağmen Nazi

Almanyasının propagandası ile birlikte propaganda anlayışını yeni düzeye çıkarmıştır. Sovyet propagandasını birçok başka o dönemki devletlerin propagandasından ayrı kılan özelliklerinden biri, entelijansiyanın aktif kullanımıdır. Örneğin, o zamanlarda Batılıların gözlerinde otoriteye sahip olan Maksim Gorki, Batılı devletler için sürekli kınama kaynağı olan Solovki esir kampının kendi ziyaretinden sonra Solovki adlı eserinde mahkumlerin zorbalık yaşadığına dair bütün rivayetlerin yalan olduğunu belirtmiştir. Böylece Gorki insanların acı çekmelerine göz yumarak ülke içerisinde sistemin pekiştirmesini ve uluslararası toplumda SSCB'nin imajının aklanmasını sağlamıştır. Rus İmparatorluğu'ndaki her şeyi yanlış olarak gören ve onun temellerini tamamen reddeden Bolşevikler, devleti sıfırdan inşa etmek zorunda kalmışlardı. Bu nedenle, ancak okul öğrencilerinin düzeyinde değil, tüm ülke nüfusu düzeyinde dünya görüşünün değiştirilmesi için propagandanın çok güçlü olması gerekiyordu. Geçmiş, şimdiki zamanla çatıştığı için yeni tarihin yazılması gerekiyordu. Tarih ana ve tek fikre uymalı ve onun devamı olmalıydı. Devlette her şey gibi tarih de ideolojik matrise uygun olmalıydı. Bu matris tamamlanmamış olduğu sürece Sovyetler Birliği'ndeki üniversitelerde tarih bölümleri kapalıydı ve genelde tarihin bir ders olarak öğretilmesi yasaktı (Pocheptsov, 2018: 522-524; 553-565).

1934 yılında Josef Stalin'in, Andrey Jdanov'un, Sergey Kirov'un imzalarıyla "SSCB Tarihi" Konulu Ders kitabının Özeti Üzerine Açıklamalar" yayımlanmıştır. Bu açıklamalarda Rusların tarihi SSCB'de yaşayan diğer milletlerden ayrı anlatılmaması gerektiğini ve tüm Sovyet milletlerin tarihi birbirine bağlı ve aynı olduğunu vurgulanmıştır (Kostenko ve Halupa, 2021). Bu açıklamalar yayınladıktan sonra tarih ile ilgili yasaklar kaldırılmıştır ve tarih bölümleri tekrar açılmıştır. Akabinde Stalin'in emriyle tarihte bu ideolojik çizgiye akademisyen Yevgeniy Tarle devam etmiştir. Stalin'in emrine göre Tarle üç: İsveç, Napolyon ve Hitler saldırganlığı hakkında tarih kitapları yazmalıydı. Stalin, Tarle'nin kazanan halk fikrini kitaplarla yaşatmasını istemiştir (Pocheptsov, 2018: 564-565). Fakat devletin geliştirilmesi için sırf geçmişteki kazançlara ve kahramanlara dayanmaması ve yenilerin yapılması gerektiğini bilen Komünist Parti, bu anlamda da gayet başarılıydı. SSCB'nin kuruluşundan sonra bu ilk döneminin kahramanları ve propaganda hikayeleri bu dönemin tarihinin analiz edilmesini de yardım etmektedir. Yeni kurulan devletin yeni kahramanı jackhammer operatörü Aleksey Stahanov olmuştur. Rivayete göre Stahanov 1935'te 102 ton kömürü 5 saat 45 dakikada çıkararak rekor kırmıştır. Daha sonra ise Stahanov tek vardiyada 227 ton kömür çıkartarak tamamen propagandanın yeni yıldızı olmuştur. Ekonomide NEP politikasını toplum tarafından mümkün görünmeyen 5-yıllık kalkınma planlarıyla değiştiren parti Stahanov'u planları nasıl gerçekleştirmek gereken bir rol modeli statüsüne getirmiştir.

Aniden ünlü olan Stahanov iki Lenin Nişanı, Kızıl Bayrak İşçi Nişanı ve Sosyalist Emek Kahramanı Madalyası gibi birçok ödüle layık görülmüştür ve halk için bir sembol haline gelmiştir. Önceden saptanan üretim ölçüsünü aşma üzerine *stahanovizm* diye bir ad koyulmuştur. Propaganda için Stahanov'un rekoru gerçekten kırıp kırmadığı, onun gerçek şahsiyeti de önemli değildi. Mesela, Stahanov'un gerçek ismi Aleksey olmadığına dair bilgiler vardır. “Pravda” gazetesinde (*pravda* kelimesi Rusça'da doğruluk anlamına gelmektedir) makale acilen hazırlandığı için “A.Stahanov” Aleksey olarak deşifre edilmeye karar verilmiştir. Sonraki gün gerçek ortaya çıkınca Stalin'e bir yanlışlık olduğunu söylenmiştir. Stalin ise: “Pravda” gazetesinde yalan yoktur” diye yanıt vermiştir. Sonuç olarak, Stahanov'a yeni ismi olan pasaport çıkarılmıştır. Sembol haline gelen Stahanov sadece SSCB içerisinde değil, yurt dışında da ünü kazanmıştır. Hatta Time dergisi onu kendi kapağı üzerine koymuştur. Böylece iç kamuoyu için çalışkanlık simgesi olan Stahanov, dış kamuoyu için SSCB'nin güçlü ekonominin simgesi olmaya başlamıştır. Devlet için yararlı olan propaganda “kahramanların” hayatlarını genelde zararlı şekilde etkilemiştir. Rekoru kıran Stahanov bu olaydan sonra hiç çalışmamıştı ve kronik alkolizm yüzünden hayatını kaybetmiştir (Gelaev, 2015; Pocheptsov, 2018: 523).

Şekil 4. A. Stahanov Time Dergisinin Kapağında



Kaynak:

Gelaev

(2015)

(Çevrimiçi)

https://www.gazeta.ru/science/2015/08/30_a_7719569.shtml?updated [Erişim 15.09.2022]

Bu dönemin başka kahramanı Pavlik Morozov ihbar kültürünün ve polis devletinin oluşturulmasıyla alakalıdır. Propagandanın oluşturduğu hikayeye göre 1932’de 14 yaşındaki olan Sovyetler’in öncü hareket katılımcısı, bir Sovyet koyünün yöneticisi olarak sahte belgeleri SSCB’nin düşmanlarına ve haydutlara satan babasını gizli polise ihbar etmiştir. Pavlik Morozov’un babası idam cezasına mahkum edilmiştir. Pavlik’in yaptıklarını hoş bulunmayan ve onun babası tarafını tutan dedesi ve amcası Pavlik’i kardeşleriyle birlikte ormanda öldürmüşlerdi. Kulaklarla (varlıklı köylüler) mücadele simgesi olan Pavlik Morozov’un adına şarkılar, şiirler ve opera bile bestelenmiştir. Gerçekte öncü hareket katılımcısı olmayan, kendisi babasını gizli polise ihbar etmeyen ve mahkemede ancak babasından boşanmış annesinin dediklerini ıspatlayan Morozov propagandanın sembolü olmuştur. Propaganda için gerçek önemli değildi. Sadece istediği özellikleri ve hikayeyi belli fiziksel şahsiyet ile bağlamıştır. Çünkü böylece propaganda daha etkileyicidir. SSCB’de Pavlik Morozov’u tasvir eden yüzlerce anıt ve binlerce propaganda afişi yapılmıştır. En popüler propaganda afişinde bir öncü hareket katılımcısı kendi arkadaşını ihbar etmektedir. Arkasında Pavlik Morozov’un resmi var ve afişin kenarında “Öncü hareket katılımcısı doğruyu söyler. O kendi müfrezenin şerefine değer verir” diye yazmaktadır. Halkın gözlerinde Pavlik kurban ve kahraman olarak kalmıştı ve vatan aileden daha önemli olduğunu göstermiştir. Babası ise, halk düşmanı olarak görünmüştür ve bundan sonra bu takma isim propaganda tarafından sürekli kullanılmaya başlamıştır (Nevidumannaya sud’ba Pavlika Morozova: semeyno-butovaya drama ili ubiystvo s politicheskim podtekstom, 2017; Pocheptsov, 2018: 557-558).

Şekil 5. Pavlik Morozov ile Propaganda Afişi



Kaynak: Nevidumannaya sud’ba Pavlika Morozova: semeyno-butovaya drama ili ubiystvo s politicheskim podtekstom? (2017) (Çevrimiçi) <https://kulturologia.ru/blogs/190817/35671/> [Erişim 15.09.2022]

SSCB'nin kuruluştan sonra ilk yılları dış politikada küresel sosyalist devrim ile ilgiliydi. Kapitalizmin bütün kusurlarını hem iç kamuoyuna, hem dış kamuoyuna göstermekte propaganda mekanizmasının rolü çok büyüktü. Lenin ve Stalin, lider kültü, devlet ideolojisinin resmi düşmanı ve komünist partinin toplumunu tamamen tabi kılma arzusuyla bir tür komünist totaliter devlet yaratmışlardı.

2.1.7. İkinci Dünya Savaşında ve Sonrası SSCB

1930'larda SSCB ile Nazi Almanyasının yakınlaşmasının sonucu olarak Alman-Sovyet Saldırmazlık Paktı imzalanmıştır. 1 Eylül 1939 tarihinde Almanya, Polonya'ya saldırarak İkinci Dünya Savaşını başlattığında pakta göre, önce SSCB kendisine daha önce Polonya'ya ait olan Batı Ukrayna ve Batı Belarus topraklarını almıştı. Sonra SSCB, Finlandiya'ya saldırıp ülkenin %11'i işgal etmiştir. Bu SSCB-Almanya tandemi daha da uzun bir süre devam edebilmişti, fakat 22 Haziran 1941 tarihinde Almanya Sovyetler'e saldırmıştır. Büyük Vatanseverlik Savaşı (İkinci Dünya Savaşı yerine SSCB'de ve daha sonra Rusya Federasyonu'nda kullanılan terim) propagandanın yeni gündemi oluşturmaya başlamıştır. Stalin'e göre her şey: çiftçilikler, fabrikalar, medya zafer için çalışmalıdır. "Vatan Ana Seni Çağırıyor" bu dönemin en görkemli propaganda afişinden biridir. Afişte Vatanı sembolize eden kadın, askeri yemini göstererek savaşa çağırmaktadır (Pocheptsov, 2019; Huseynov, 2018: 8).

Şekil 6. "Vatan Ana Seni Çağırıyor" Propaganda Afişi



Kaynak: Huseynov, 2018: 8.

Savaş döneminin propagandası ancak görsel medya üzerinde değil, işitsel medya üzerinde de yürütmüştür. Neredeyse her Sovyet ailesinde olan radyo, cepheden bilgi alma ve morali yükseltme amaçlarıyla kullanılmıştır. Bu dönemin radyo spikeri olan Yuri Levitan savaşın sesi olmuştur. Hatta rivayete göre Hitler, kendinin en büyük düşmanı önce Levitan'ı ve ancak ikinci sırada Stalin'in olduğunu sanıyordu (Shavelyeva, 2022).

2 Eylül 1945 tarihinde imzalanan Japonya'nın teslimiyet belgesi ile İkinci Dünya Savaşı Müttefiklerin kazanmasıyla sona ermiştir. İkinci Dünya Savaşında 26.6 milyon insanı kaybeden SSCB bu zaferi tarihinin en büyük zaferi olarak algılanmıştır. Sovyetler Birliği'nde 9 Mayıs Zafer Günü olarak ilan edilmiştir. Fakat Müttefikler devletlerin aynı günü daha erken 8 Mayıs'ta ilan edilmiştir. Almanya'nın teslimiyet belgesi 7 Mayıs 1945'te imzalanması ve bu belgenin 8 Mayıs'ta yürürlüğe girmesi Stalin'in hoşuna gitmemiştir. Çünkü bu teslimiyet belgesi Fransa'nın Reims şehrinde imzalanmıştır. Bu belgenin Sovyet işgal bölgesinde imzalanmasını isteyen Stalin, aynı belgenin Berlin etraflarında bulunan bir şehirde yerel saate göre 22.43'te tekrar imzalanmasını sağlamıştır. Saat farkı nedeniyle SSCB'de imzalanma saatinde yeni gün başlamıştır. Bunun için SSCB'de 1947 yılına kadar Zafer Bayramı 9 Mayıs'ta kutlanmıştır. Bir ara Zafer Bayramı kutlanmamıştır. Fakat 1965 yılında Brejnev döneminde 9 Mayıs tekrar Bayram Günü olarak ilan edilmiştir ve sonra Rusya Federasyonu'nun en önemli günü ve propagandanın merkez konusu olmuştur (Omelyanuk, 2021).

1946 yılında Winston Churchill'in Fulton konuşması ile SSCB ve Batı ülkeleri arasında Soğuk Savaş başlamıştır ve dünya ikiye bölünmüştür. Batı, Sovyetler'e Demir Perdeyi kurduktan sonra Sovyetler toplumu tamamen izole edilerek yaşamıştır ve SSCB'nin propaganda makinası bu toplum için yeni izole edilmiş bir dünyayı kurmaya çalışmıştır. Bu dönemin propagandası o zamanki olayları ve devletin hali doğrudan yansıtmıştır. Daha önce de imperyalist ve kapitalist ülkelere "en büyük düşman" etiketi takan propaganda şimdi "en büyük düşman dışarıda" mesajını daha sıkı kullanmaya başlamıştır (Pocheptsov, 2018). Böylece propaganda, toplumun dikkatini iç sorunlarından dağıtarak halkın büyüyen gerginliği dış düşmana karşı yönlendirmiştir. Bu sistem, az çok SSCB'nin dağılımına kadar kullanılmıştır. Soğuk Savaş dönemine ait hem SSCB'nin, hem ABD'nin propaganda afişleri araştırılmasa gereken ayrı bir çalışmanın konusudur. Çünkü o zamanki propaganda iki ülkenin dış politikasını en net şekilde tarif etmektedir. 1955 yılında Varşova Paktı'nın imzalanmasıyla SSCB ile birlikte NATO'ya cevap olarak karşı çıkan devletler belirlenmiştir. Soğuk Savaş, SSCB ile ABD arasında hiç bir zaman gerçek savaş haline dönüştürülmemesine rağmen iki hegemon diğer ülkelerin topraklarında ve diğer halkların elleriyle kendi

sorunlarını çözüyorlardı. 1950-1953 yıllarında Kuzey ile Güney Kore arasında olan savaş bunun iyi göstergesidir. Bu savaş yine de en iyi şekilde propaganda afişlerinde yansıtılmıştı. Mesela, Sovyetler, Türkiye'nin Güney Kore'yi desteklemek amacıyla kendi askerleri göndermesine çok sert bir tepki vermiştir. Boris Yefimov tarafından çizilen ve bir Sovyet karikatür dergisinde yayımlanan "ABD ile adım adım" karikatürü SSCB'nin düşündüklerini gayet açık tarif etmiştir. Karikatürün sol kenarında "Türkiye hükümeti askerlerinin Kore'ye gönderilmesine razı olmuştur" diye yazmaktadır ve karikatürün baş kahramanları olan askerler ABD'yi ve Türkiye'yi sembolize etmektedir. Askerlerin altında "Marş, marş!" sözleri, ABD'yi sembolize eden daha büyük askerin Türkiye'yi sembolize eden küçük olan askere söylediği sözlerdir (<https://papik.pro/plakat/31316-plakaty-sssr-vremen-holodnoj-vojny-i-ssha-75-foto.html>, 2022).

Şekil 7. "ABD ile Adım Adım" Karikatürü



Kaynak: Plakaty SSSR vremen holodnoy voyny i SŞA (2022) (Çevrimiçi)
<https://papik.pro/plakat/31316-plakaty-sssr-vremen-holodnoj-vojny-i-ssha-75-foto.html>
[Erişim 15.09.2022]

2.1.8. Kruşçev Çözölmesi

5 Mart 1953 tarihinde Stalin ölmüştür ve Sovyetler Birliğı Komünist Partisi Merkez Komitesi Birinci Sekreteri Nikita Kruşçev olmuştur. Kruşçev'in iktidara gelmesinden sonra rejim, bireysel diktatörlük yerine parti-nomenklatura gücüne dayanmaya başlamıştır ve bu rejim, siyasi baskıların ve sansürün azaltması, Gulag kamplarındaki çok sayıda mahkumlerin tahliye edilmesi dahil birçok değışik yaşamıştır. Bu dönem Kruşçev çözölmesi olarak isimlendirilmektedir. SSCB'de korku rolünü azaltmak ve devletin katı imajını değıştirmek isteyen Kruşçev yöneticinin halka daha yakın olduğı fikri kendi imajının o dönemdeki afişlerde yer alması ile ısıpatlamaya çalışıyordu Bu dönemki afişlerin başka sıkça rastlanan aktör ise “Kapitalist ve Emperyalist Amerika” ’dır. (Akan, 2017: 83). Kruşçev döneminin başka belirleyici dönüm noktası ise Stalin'in yanılmaz lider imajını yıkılması yani destalinizasyondur. Destalinizasyon, Polonya ve Macaristan'daki ayaklanmalara yol açmıştır ama bunlar hızlıca bastırılmıştır. Ardından gelen Küba Füze Krizi, konvansiyonel silahları azaltması ve başarısız tarım politikası, Kruşçev'in ileri yaşı ve sağık problemleri bahaneleriyle istifa etmesinin sebepleri olmuştur (Vitenko, 2013: 147-218).

2.1.9. Brejnev Dönemi

Kruşçev'in yerine geçen Leonid Brejnev 18 yıl SSCB'yi yönetmiştir ve insanların kafalarında onun ismi ekonomik kalkınma ve istikrar ile bağılantılıdır. Dış politikada ise Brejnev SSCB ile ABD'nin yakınlaşması ve Sovyetler'in Çekoslovakya istilasını ile anılmaktadır. 1982 yılında Brejnev'in ölümünden sonra kısa bir süre içinde birbirini değıştiren Yuri Andropov ve Konstantin Çernenko, ülkenin istikrarsızlığa boğılmasını sağılamışlardır (Vitenko, 2013: 147-218).

2.1.10. Perestroyka ve SSCB'nin Dağılımı

Son Sovyetler Birliğı Komünist Partisi Merkez Komitesi Birinci Sekreteri, ilk ve tek Sovyetler Birliğı Cumhurbaşkanı Mihail Gorbaçov, 1985 yılında iktidara gelince ekonominin kriz durumunda olmasından ve Sovyetler Birliğı'nin Afganistan'a uzamış müdahalesinden kaynaklanan toplum gerginliğı nedeniyle perestroyka (yeniden yapılanma) ve glasnost (açıklık) reformlarını uygulamak zorunda kalmıştır. Ekonominin serbestleştirilmesine, fikir ve ifade özgürlüğünün arttırmasına yönlendiren reformlar devletin bütünlüğünü korumak yerine SSCB'nin dağılmasına yol açmıştır. Yurt dışında demokrat ününü kazanan ve teşvik edilen Gorbaçov, kendi ülkenin içinde olumsuz yorumlarla karşılaşmıştır. 26 Nisan 1986 tarihinde meydana gelen ve halktan uzun süre gizli kılan Çernobil Faciası, Gorbaçov'un

durumunu daha da kötüleştirmiştir. 1991 Sovyet darbe girişimi ve Belovesjsk Antlaşması gibi olaylar SSCB'nin tam dağılımı ile sonuçlandırılmıştır (Kappeler, 2005: 289-292).

2.1.11. Rusya Federasyonu'nun Kuruluşu ve Yeltsin Dönemi Rusya Federasyonu, SSCB'nin ardılı olarak ilan edilmiştir. Haziran 1991'de yapılan seçimlerin neticesinde seçilen Boris Yeltsin'in Rus tarihinde doğrudan seçilen ilk lider olduğunu sayılmaktadır. Ekonominin piyasalaşması ve özelleştirme, oligarklara dayanan yeni bir sistem oluşturmuştur. Ekim 1993'te Yeltsin, parlamentonun komünizm yanlısı kısmının iktidarı ele geçirme girişimini silahlı olarak bastırılmıştır. SSCB'nin dağılımından hemen sonrası Rus medyası göreceli özgürlüğü kazanmış olduğunu söyleyebiliriz. Ama Yeltsin'in devlet başına geçmesinin ardından bu süreç ters yönüne gitmiştir (Świder, 2019; Szeląg, 2012). İvan Zassoursky bu dönemi “yeni medya-siyasi sistemin oluşturulması” olarak tarif etmiştir (Zassoursky, 2004: 19). Komünist Parti tarafından artık yönetilmeyen medya oligarkların sermayesine bağlı olmuştur. Medya, tek ideolojiye sahip olan elite hizmet vermek yerine farklı ve bazen birbiri ile çatışan ticari çıkarlara hizmet vermeye başlamıştır. Bu dönemde gazeteler, dolaşımda çarpıcı düşüş yaşamışlardır ve televizyon ülkenin en güçlü medya haline gelmiştir (Ognyanova, 2015: 6; Coulloudon, 1998: 535). 1994-1996 yıllarında Birinci Çeçen Savaşı yer almıştır. 1995 yılında Yeltsin tarafından kurulan Federal Güvenlik Servisi (FSB), oligarklar dışında iktidarın dayandığı ikinci ayağı olmuştur. 1996 yılında Yeltsin seçimleri tekrar kazanmıştır. Onun ikinci dönemi daha çok Devlet Duması ile yaşanan çatışma ile anılmaktadır. İkinci Çeçen Savaşı 1999 yılında başlayıp 2009 yılına kadar devam etmiştir. Rublenin düşüşü ve yorucu Çeçen Savaşı Yeltsin'in istifa etmesini ve yetkilerini Vladimir Putin'e devretmesini provoke etmiştir (Świder, 2019; Szeląg, 2012).

2.1.12 Putin Dönemi ve Çağdaş Rusya

31 Aralık 1999 tarihinden itibaren başkan vekili yetkililerini yürüten Vladimir Putin, 7 Mayıs 2000 tarihinde Rusya Federasyonu'nun Cumhurbaşkanı görevine başlamıştır. Vladimir Putin'in Cumhurbaşkanı olması ile ilgili farklı komplo teorileri vardır. Bunlardan biri, Rusya'daki apartman bombalamaları ile ilgili ve Rusya'da propagandanın merkez konumunda olduğunu yine ıspatlamaktadır. Eylül 1999'da Moskova, Buynaksk ve Volgodonsk şehirlerinde bir dizi terör saldırısı gerçekleştirilmiştir. Apartman bombalamaları sonucunda 308 kişi hayatını kaybetmiştir ve 988 kişi yaralı olmuştur. Suç bir grup Çeçenlere üstlenmiştir. Birçok gözlemcinin ve analistin fikrine göre bu saldırılar, Putin'in rakiplerini korkutması, demokratik toplumun enstitülerinin kaldırılması, devlette FSB'nin polis rejiminin kurulması, gelecek İkinci Çeçen Savaşına kamuoyunun olumlu bakması, halk

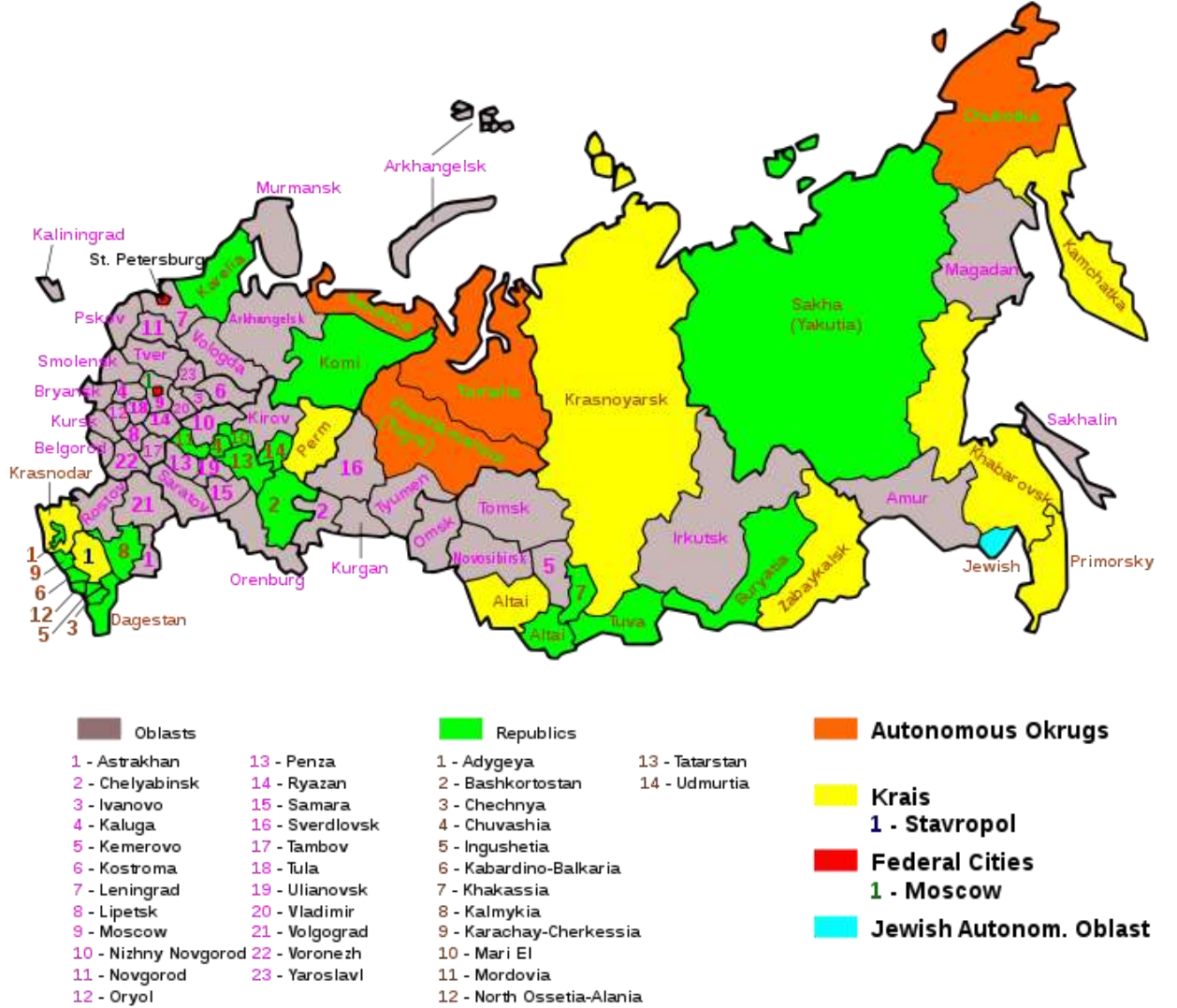
tarafından hiç bilinmeyen Putin'in otoriterisinin yükselmesi, halkın emniyet ve güvenlik kurumları ile elbirliği çalışması amaçlarıyla FSB tarafından düzenlenmiştir. Bu fikri destekleyen eski istihbaratçı Aleksandr Litvinenko 2006'da Londra'da zehirlenmiştir. Aynı yılda Eylül 1999 terör saldırılarını araştıran Rus gazeteci Anna Politkovskaya kendi evinin girişinin önünde vurulmuştur (Politkovskaya, 2005; Felshtinsky and Pribylovsky, 2008: 452-479; Szklarski, 2020). 2003 yılında yer alan parlamento seçimlerinde Putin'in Birleşik Rusya Partisi çoğunluğu kazanmıştır ve bundan itibaren Rusya'nın en önemli partisi olmuştur. 14 Mart 2004'te Vladimir Putin %71 oy kazanarak kendi ikinci cumhurbaşkanlığı dönemi için seçilmiştir. 2008 seçimlerinde ise Dmitri Medvedev Cumhurbaşkanı olmuştur. Medvedev'in cumhurbaşkanlığı sürecinde Vladimir Putin başbakanlığını yapmıştır. Bu dönemin en önemli olaylarından biri Rusya-Gürcistan savaşı ve onun sonucu olarak Güney Osetya'nın işgal edilmesidir. Ekonomik kriz şartlarında halkın yöneticilere karşı güven oranının yüksek tutmasının nedenlerinden biri de bu savaş olmuştur. Dış politikada yaptıkları ile ilgili halkın desteğini kazandırmak için yine propagandanın izi vardı. Ağustos 2007'de yapılan ankete göre %13'ten daha az Rus vatandaşı Gürcülere karşı olumsuz davranırken, aynı yılın Ekim ayında Tiflis'te Rus subayların tutuklanmasının ardından farklı anketlerin verilerine göre %35 ila %44 Rus vatandaşı Gürcülere karşı olumsuz davrandığına dair yanıt vermiştir. Propaganda tarafından yapılan zemin sayesinde Rusya'nın Gürcistan'da başlatıldığı savaş halkın gözlerinde doğru ve adil olarak görünmüştür (Pochepstov, 2018: 651). Putin, 2012 başkanlık seçimlerinin ardından başkanlığa geri dönmüştür ve Medvedev Başbakan olarak atanmıştır. Temmuz 2012'de Devlet Duması tarafından kabul edilen ve Vladimir Putin tarafından imzalanan "Yabancı Ajan Yasası" ve "İnternetteki Bilgilerin Düzenlenmesi Yasası" ülkedeki sansürü daha da katı yapmıştır ("Russia's Putin signs NGO "foreign agents" law", 2012). Rusya'nın Suriye İç Savaşına katılması ve Kırım'ın ilhakı tamamen ülkenin agresif dış politikasını kanıtlamıştı. 1 Temmuz 2020'de yapılan anayasal referandumun sonucunda Putin üst üste üçüncü toplamda ise beşinci kere başkan olabilmektedir (Kemaloğlu, 2020).

2.2. SİYASAL YAŞAM

Sovyetler Birliği'nin çöküşünün sonucunda dünya siyasi haritasında yeni devletler ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri SSCB'nin mirasçısı sayılan Rusya Federasyonu olmuştur. Yeni federal cumhuriyet olarak meydana gelen Rusya, parti-nomenklatura diktatörlüğünün kaldırılmasının ardından kendi siyasal yaşamını yeniden oluşturmaya başlamıştır ve SSCB'nin dağılımından bu yana şekillendirilmiş olup Rusya'nın dış politikasına etkileyen siyasal yaşamın bir dizi özelliklerinin olduğunu söyleyebiliriz.

Başkanlık sistemi ile idare edilen Rusya Federasyonu komplike idari yapısına sahiptir. Rusya 83 idari biriminden oluşmaktadır. Bunlardan 21 cumhuriyet, 9 eyalet (Kray), 46 bölge (Oblast), 2 federal statüye sahip şehir (Moskova ve St. Petersburg) ve 5 özerk bölge (Avtonomnaya Oblast/Avtonomniy Okrug) vardır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022).

Şekil 8. Rusya'nın Federal Bölümleri



Kaynak: Konya Ticaret Odası Raporu, 2020: 14.

2.2.1. Rusya'da Kuvvetler Ayrılığı

Yürütme: Altı yılda bir halk tarafından seçilen Devlet Başkanı yürütme organını temsil etmektedir. Devlet Başkanı aynı zamanda silahlı kuvvetlerin başkomutanıdır ve parlamentonun kanunlarını veto etme, bakanları atama yetkilerine sahiptir. Başbakanı atama ve başbakanın oluşturduğu hükümeti onaylama hakları yine de Devlet Başkanına aittir.

Vladimir Putin %76 oy alarak son Devlet Başkanlığı seçimlerini 2018 yılında kazanmıştır. Mihail Mişustin ise 16 Ocak 2020’de Başbakan olmuştur ve onun kurduğu hükümet 21 Ocak’ta onaylanmıştır. Hükümet, 1 başbakan birinci yardımcısı, 8 başbakan yardımcısı ve 21 bakan içermektedir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022; Gosudarstvennaya Duma Federal’nogo Sobraniya Rossiyskoy Federatsiyi (Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации), 2022).

Yasama: Federasyon Konseyi ve Devlet Dumasından oluşmak üzere iki kanada ayrılan Federal Parlamento, Rusya Federasyonu’nun yasama organıdır. Federasyon Konseyi, her bir federe birim tarafından atanan ikişer temsilciden ibarettir. Federasyon Konseyi’nin Başkanı Valentina Matviyenko’dur. Vyacheslav Volodin başta olmak üzere 450 üyeden oluşturulan Devlet Duması, doğrudan halk tarafından seçilmektedir. Federal Parlamento, kanun çıkarma, savaş ilan etme, antlaşmaları onaylama ve reddetme gibi haklarına sahiptir. Başbakanın kurduğu hükümet Duma’dan güvenoyu aldıktan sonra göreve başlamaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022, Gosudarstvennaya Duma Federal’nogo Sobraniya Rossiyskoi Federatsiyi (Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации), 2022).

Yargı: Anayasa Mahkemesi, Yüksek Mahkeme, Yüksek Tahkim Mahkemesi ve ilk derece federal mahkemeler yargı dalının temsilcileridir. Hakimler Federasyon Konseyi tarafından atanmaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022, Gosudarstvennaya Duma Federal’nogo Sobraniya Rossiyskoi Federatsiyi (Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации), 2022).

2.2.2. Rusya Federasyonu Anayasası

Rusya Federasyonu Anayasası 12 Aralık 1993 tarihinde kabul edilmiştir. Fakat 2020’de yer alan anayasa referandumu Rusya Federasyonu Anayasasına değişiklikler getirilmiş olup Rusya’nın siyasal yaşamının yeni düzenini kurmuştur. Yine de referandum ile ilgili farklı görüşleri vardır. Mesela, İlyas Kemaloğlu, 30 Haziran 2020 tarihinde Anadolu Ajansı’nda yayımlanan “Rusya’daki anayasa referandumu nasıl okunmalı?” başlıklı analiz makalesinde Rusya’da Covid-19 pandemi zamanında kalabakların oluşmasının tehlikesinden dolayı 25 Haziran’dan 1 Temmuz’a kadar yani bir hafta süren referandumun ancak ülkenin gerçek düzenini onayladığı ve Vladimir Putin’in zaten son 20 yıldır izlediği siyasetin özetinin olduğunu belirtmektedir. Bu referandumun neticesinde Rusya anayasasında 22 maddede 206 değişiklik getirilmiştir. Bu çalışma için önemli olan değişiklikler arasında Putin’in devlet başkanlığı süresinin sıfırlanmasıdır. Bu değişiklik, Putin’in 2036 yılına kadar iktidarda kalmasını sağlamaktadır. Olayın ilginç tarafı ise, bu değişikliğe göre Vladimir Putin’den

sonra devlet başkanlığını yapacak olan kişinin görev süresi ancak 2 dönemle sınırlı olmasıdır. Başka dikkat çekici değişiklikler ise, devlet başkanının yetkilerinin genişletilmesi ile ilgilidir. Bunlar: devlet başkanının Bakanlar Kurulu'nun çalışmalarını yönetmesi, sırf devlet başkanının emri doğrultusunda hükümet başkanının Bakanlar Kurulu'nun çalışmalarını düzenlemesi, devlet başkanının İçişleri, Dışişleri, Savunma, Olağanüstü Haller ve Adalet bakanlarını ataması ve görevden alması, devlet başkanının görev sonrasında dokunulmazlık sınırlarının genişletilmesi, parlamentonun üst kanadı Federasyon Konseyi'ndeki devlet başkanı tarafından atanan üye (senatör) sayısının arttırılması, devlet başkanının görevinin süresi dolduktan sonra istediği takdirde Federasyon Konseyi'nde senatörlük yapabilmesi, Anayasa Mahkemesi üye sayısının 19'dan 11'e indirilmesi ve eskisinden farklı olarak devlet başkanının bu üyeleri azletmesidir. Bazı değişikliklerde tarih konusunun dile getirilmesi, siyasal yaşamını etkilemektedir. Örneğin, Rusların anayasada artık "kurucu halk" olarak geçmesidir. Bu tarih ile ilgili değişiklikler aslında toplumda uzun süre devam eden Rusların özel tarih rolü ile alakalı konuşmaların ve Rusların kendi tarihini yeniden düşünmesinin sonucudur. Daha önce de fiilen SSCB'nin mirasçısı olarak davranan Rusya Federasyonu bu değişikliklerle kendi statüsünü yasallaştırmaktadır. Sovyetler Birliği'nin çöküşünün XX. yüzyılın en büyük felaketinin olduğunu açıkça söyleyen Putin, kendi politikasında ne SSCB'nin, ne Rus İmparatorluğu'nun mirasından vazgeçmektedir ve iki devletin katkılarını olumlu bir şekilde yorumlamaktadır. Bu durum Rus tarihinde benzeri görülmemiş olduğunu söylenebilir. Çünkü daha önce SSCB kendi Rus İmparatorluğu'ndan, daha sonra ise yeni kurulan Rusya Federasyonu kendi Sovyet mirasından vazgeçmiştir ve olumsuz bir şekilde değerlendirmiştir. Putin ise, Rusya'yı bu iki devletin mirasçısı olarak görmektedir ve sosyo-politik düzeyde bu fikrin yayılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Bunun örneği Rus propagandasının 9 Mayıs yani Zafer Bayramının yılın en önemli gününün olduğunu göstermesi ve Batı ülkelerin İkinci Dünya Savaşında Rusların rolünün düşürdüğünü anlatmasıdır. 1993 yılında kabul edilen Anayasasında dinin devletten ayrı olduğunu belirtilirken yeni Anayasasına "Tanrı" kelimesi eklenmektedir. Bu değişiklik, Rus Ortodoks Kilisesinin nüfuzun giderek artmasından ve Putin rejiminin kısmen ona dayanmasından kaynaklanmaktadır (Kemaloğlu, 2020; Konstituciya Rossiyskoi Federaciyi 2022).

2.2.3. Baskı Grupları

Yasal şekilde iktidara gelen ve iktidarda olanlar dışında her ülkedeki gibi kendi çıkarları koruyarak siyasal yaşamını etkileyen ve daha doğrusu onu kuruyan baskı grupları vardır. Rusya Federasyonu'nun kurulmasında ve hemen sonrası ülkenin SSCB'nin planlama ekonomisinden piyasa ekonomisine geçiş döneminde oligarşi meydana gelmiştir. Yeltsin

döneminde ortaya çıkan ve zamanla kendi nüfuzunu artan oligarşi hâlâ Rusya'nın siyasal yaşamında etkileyici bir faktördür. 1990'lı yıllarda özelleştirme sayesinde servetini yapmış olan oligarklar Putin'in iktidara gelmesini de sağlamışlardır. Vladimir Putin, seçimlerden bir gün önce bir radyo istasyonuna demeç verirken oligarklarla ne yapacağını sorusuna oligarşinin bir sınıf olarak olmayacağını söylemesine rağmen Yeltsin döneminde güçlü olan Vladimir Gusinskiy ve Boris Berezovskiye iki oligarkın televizyon istasyonlarını ve gazetelerini kendini halka tanıtmak için aktif bir şekilde kullanmıştır. İktidara gelince Putin'in oligarklarla bir anlaşma yaptığını söyleyebiliriz. Bu anlaşmanın özü: “ya benim yanımda olun ve daha önce kazandığınız sermayeyi korumanıza izin vereceğim ya da her şeyinizi alacağım benimle yarışmaya kalkarsanız”. Devlet Başkanı olarak yeni seçilen Putin'in bu özgüveni onun daha önce istihbarat teşkilatında çalıştığı ve oligarkların kendi sermayesini nasıl bir şekilde kazandıklarını bilmesinden kaynaklı olduğunu düşünülmektedir. Bu anlaşmanın hâlâ geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlaşmaya nasıl uyup uymadığına göre farklı grup oligark vardır. Oligarkın pozisyonu ve etkisi buna göre belirlenip ölçülmektedir (Rosalsky, 2022).

Putin'in şartlarını kabul eden oligarklar kendi sermayelerini koruyabilmişlerdi ve hatta onu artabilmeyi becermişlerdi. Bu oligarklar genelde Putin'in yakın çevresi olarak sayılan insanlar ve Putin'e yakınlaşabilen oligarklardır (Rusça'da onların dostup k telu “доступ к телу” hakkına sahip olduğunu söylenmektedir yani yüz yüze Putin ile görüşebilen, ona doğrudan kendi fikirlerini aktarabilen insanlardır). Statükoya razı olan oligarklara Putin'in ATM denmektedir. Ama onlar da kendini tamamen güvende olduğunu hissetmemektedir. Mesela, 2000'lerin başında Putin'in yakın çevresinden olan banker Sergey Pugaçov, 2012'den itibaren kalıcı olarak yurt dışında ikamet etmektedir ve Putin'in rejiminden saklanmaktadır. Putin ile Pugaçov arasındaki kişisel ilişkilerin bozulması, Rusya'da Pugaçov'a karşı dava açılmasına neden olmuştur. Putin'in birince dönemindeki yakın çevresinde olanların çoğu şimdi değişmiştir. Özellikle son yıllarda Putin daha çok KGB zamanında onunla birlikte olanlarını kendine yaklaştırmaktadır. Rusya'nın en büyük şirketi olan ve dünya petrolünün yaklaşık yüzde altısını üreten ve yaklaşık 300.000 kişiyi istihdam eden devlet kontrolündeki petrol şirketi Rosneft'in başkanı ve CEO'su İgor Seçin, bu insanlardan biridir. Onlarca yıl Putin ile birlikte çalışan Seçin, 1990'larda Putin, Saint Petersburg belediye başkanının yardımcısı olarak görev yaptığında Putin'in asistanı olarak görev yapmıştı ve daha sonra Putin'in başbakan yardımcısı olarak görev yapmıştır. Ancak kişisel ilişkilere bağlı, stabil olmayan ve 2014'te Kırım ilhakından sonra uygulanan yaptırımlar yüzünden gittikçe sermayeyi zararlı bir şekilde etkileyen bu durum, oligarkların statükonun değiştirmesini istemesini sağlamalıdır. Fakat buna razı olan ve aynı zamanda

birçok alanda ülkenin durumundan memnun olmayan oligarklar kendileri için belli bir formül üretmişlerdi. Bu formül “Rusya’da para kazanmak, ailenin yurt dışında ikamet etmesini sağlamak ve çocukları ABD’de veya İngiltere’de eğtirmek” olarak özetlenmektedir. Rusya’daki durumlarını değiştirmek daha zor ve tehlikelidir. Buna karşılık, konaklarını yurt dışında alıp orada istediği gibi yaşamak daha kolay ve güvenilirdir. Bir de Putin’in rejiminin yıkılmasının sonucu olarak çıkabilen deoligarşikleşme ve yolsuzlukla mücadele oligarkların isteklerini asla karşılamamaktadır (Markus, 2017: 102-106).

Putin’in iktidara gelmesinden sonra başka ilişki modelini seçen oligarklar ise Rusya’dan kaçmak zorunda kalmışlardı. “Yukos” petrol şirketinin ve 2000’lerin başında 15 milyar \$ değerinde sermayenin sahibi Mihail Hodorkovski, petrol imparatorluğuna Batı tarzı yönetim ve şeffaflık getirdiği gibi devlet yönetiminde de bu metotları destekleyerek muhalefet partileri kurmuştur. Putin ile yüzleşme, Hodorkovski için on yıllık hapis cezasıyla sona ermiştir. 2013 yılında Putin tarafından affedilen Hodorkovski, 2016 Duma seçimlerinde yüzlerce bağımsız ve muhalefet adayına lojistik destek sağlayan “Open Russia” vakfını yeniden canlandırmıştır. Hapishandenden çıktıktan sonra Hodorkovski yurt dışına yerleşmiştir ve oradan Putin’in rejimini eleştirmektedir (Markus, 2017: 107-108; Rosalsky, 2022).

“Evroset” ’in (Rusya’nın en büyük cep telefonu perakendecisi) eski sahibi Yevgeni Çiçvarkin, polisin bir dizi baskınından sonra 2008’de Londra’ya kaçmıştır. Rusya’da Çiçvarkin aleyhindeki uydurma ceza davaları 2011’de kapatılmış olsa da Londra’da kalmayı ve muhalefet faaliyetlerine katılmayı seçmiştir. Muhalefet partileri destekleyen ve Putin’in politikasını eleştiren Hodorkovski ve Çiçvarkin 2016’da kendi güçlerini birleştirmişlerdi. Ama onların etkisi yine de sınırlı olduğunu söyleyebiliriz. Hodorkovski’nin ve Çiçvarkin’in Rusya’yı demokratikleşme çabaları, Rus nüfusunun bu fikirleri az desteklemesi ve Rusya’daki elitlerden uzak olması nedenleriyle günümüzde başarısız kalmaktadır. Sürgün edilen oligarkların Rus toplumunda iktidarı değiştirme isteğini beslendirmesi ve devlet yöneticisi pozisyonuna yeni adayın yetiştirmesi şu an imkansızdır. Çünkü Rus toplumunda bu fikirlerin kendi doğal bir şekilde çıkması gerekmektedir. Fakat muhalefetten yeni adayın meydana geleceği durumunda bu tip oligarklar bu durumdan nasıl yararlanacağını bilmiyoruz. Bu oligarklar yeniden kazanabileceği gücünü Rusya’nın siyasal kültürünü değiştirmek ve iyiliğe kullanmak için değil, kendi iş hedeflerine ulaşmak için kullanabilmektedir (Markus, 2017: 107-109).

Putin ile ilişkilerinin kurulmasının son modeli seçen oligarkların örnekleri Aleksandr Lebedev ve Mihail Prohorov’dur. Bu tip oligarklar yöneten kişileri doğrudan

eleştirmemektedir. Bunlar sistemin kusurlarını açıklayarak Rusya'dayken onu değiştirmeye çalışmaktadır. Ama bu oligarklar için siyaset, yaşamdan daha çok oyun olarak görünmektedir. Mesela, bankacı, medya sahibi (Mihail Gorbacov ile "Novaya gazeta" 'nın ve ayrıca birkaç İngiliz gazetesinin ortak sahibi) ve eski KGB subayı Aleksandr Lebedev, 2003 Moskova Belediye Başkanlığı ve 2009 Soçi Belediye Başkanlığı seçimlerinin adayı ve 2003'ten 2007'ye Duma milletvekiliydi. Bir ara ünlü muhalefet lider Aleksey Navalni ile yolsuzluk mücadelesinde çabalarını birleştiren Lebedev 2012 yılından sonra hem muhalefet partilerin faaliyetinden, hem genel anlamda siyasetten uzaklaşmaya karar vermiştir. Madencilik, finans ve medya alanlarında önemli varlıklarına sahip olan Mihail Prohorov, 2012 yılındaki Devlet Başkanlığı seçimlerinde %8 oy almıştır ve bugüne kadar bu herhangi bir oligarkın elde ettiği en yüksek orandır. Buna rağmen, Prohorov siyaseti ciddi almayıp her yıl düzenlenen ve Putin'in ekonomik propaganda aracı olan Saint Petersburg Uluslararası Ekonomi Forumu'nda Rus elitine hizmet vermektedir (Markus, 2017: 108-110).

Rusya'nın siyasal yaşamının ve bizim yukarıda kısmen analiz ettiğimiz baskı grubu, *siloviki*dir. *Siloviki* (силовики) sözcüğü, Rusçasının "силовые структуры" yani kolluk kuruluşları kelimesinin kısaltmasıdır. *Siloviki* terimi Rus literatüründe ve medyasında sık sık kullanılan bir terim ve polis, Rusya Silahlı Kuvvetleri, FSB, İçişleri Bakanlığı ve diğer emniyet ve güvenlik kurumlarında çalışanları içermektedir. Bunlar bazen Çeka'dan gelen (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin ilk istihbarat ve güvenlik teşkilatı) *çekisti* "чекисты" ismi ile tanınmaktadır. Eski KGB memuru olan Vladimir Putin, yakın çevresini daha önce birlikte çalışmış olan ve sadakitinden şüphelenmediği kişilerden oluşturduğuna göre, yeni Rus eliti kolluk kuruluşlarından ibarettir. Daha önce analiz ettiğimiz gibi Putin'i yakından tanıyan ve onun eski arkadaşı olanlar *siloviki* statüsünden oligark statüsüne geçebilmektedir. Bunlara ise *silovark* denmektedir. Bu sebeple, birçok araştırmacı Putin'in rejimi aslında militokrasi olduğunu düşünmektedir. Rus toplum da bunu onaylamaktadır. Birçok anketlere göre Ruslar, Putin'in *siloviki* 'nin çıkarlarını savunarak *çekisti* 'yı (istihbarat ve güvenlik teşkilatını) temsil ettiğine dair fikirlere sahiplerdir. Rusya Federasyonu'nun emniyet sistemi Sovyetler Birliği'nin sisteminden daha komplike olduğu için bu bir kurumun başka kurumundan daha çok güce sahip olması imkanını kesmektedir ve bunun sayesinde Putin'in bütün bunları göz önünde tutarak kontrol etmesinde ve denge sağlamasında yardımcı olmaktadır. Bütün bu kurumlardan en önemli ve etkileyici olanları belirtmek gerekirse RF İçişleri Bakanlığı, RF Savunma Bakanlığı, FSB ve Kadirovtsı (Rusya'nın Çeçen Cumhuriyeti'nde bulunan ve Çeçenistan cumhurbaşkanını koruyan paramiliter bir örgütü; ismi Çeçenistan cumhurbaşkanı Ramzan Kadirov'un adından gelmektedir) olacaktır. 2016

yılında kurulan ve Putin'in KGB geçmişinden beri onun yanında olan ve 10 yıl Putin'in koruma görevlisi olarak çalışan Viktor Zolotov başta olmak üzere Rusya Ulusal Muhafızları, iç gerginliği, protestoları, ayaklanmaları bastırmaya yönlendirmektedir. Yeni emniyet korumun kurulması hem toplumda büyüyen hoşnutsuzluktan, hem Putin'in etrafında olan kişilerle ilgili kişisel endişesinden kaynaklıdır. *Silovikin*in iç politikasında muhafazakar görüşlerini ve otoriter yönetimini desteklemesi, dış politikasında ise saldırgan siyasetini ve güç pozisyonundan hareket etme fikrini doğru bulması, sonsuz finansal akışlara erişimi ve birçok durumda Putin ile kişisel olarak bağlı olması, bu baskı grubun siyasal yaşamının değiştirici değil, mevcut siyasal düzenini koruyucuları haline getirmektedir (Taylor, 2017: 53-61).

Yukarıda belirttiğimiz gibi RF yeni Anayasasında "Tanrı" kelimesinin geçmesi Rus Ortodoks Kilisesinin hem iç, hem dış politikada daha önemli bir role sahip olması ile alakalıdır. Sovyetler Birliği döneminde kilisenin faaliyeti yasa dışıyken Putin'in Rusya'sında bu faaliyetler mümkün olduğunca kadar teşvik edilmektedir. Çünkü Putin'in rejimi kısmen Rus Ortodoks Kilisesinin otoritesine dayanmaktadır. Rusya, din açısından çeşitlilik göstermesine rağmen en çok takipçi sayısı olan Rus Ortodoks Kilisesi hiç bir başka din kurumuna sahip olmadığı kadar etkiye sahiptir. Rus Ortodoks Kilisesi, muhafazakar değerlerini korumaya çalıştığı için Putin'in politikasıyla uyumaktadır. Putin, kendini dini ve geleneksel değerlerinin koruyucusu olarak göstererek kamuoyunun duygularına hitap etmektedir. Her din bayramına kiliseye giden Putin'in ibaretini canlı yayın olarak gösteren Rus televizyon kanalları ve Rus Ortodoks Kilisesi Patriği Kirill ile binlerce ortak fotoğrafını bastıran gazeteler, bu imajın oluşturulmasında katkıda bulunmaktadır. Patrik Kirill, Putin'in yürüttüğü iç ve dış politikasını desteklediğine dair birçok açıklamada bulunmuştur. Böylece Kirill, Rus Ortodoks cemaatçilere "gerçek Rus Ortodoks cemaatçi Putin'i desteklemektedir" gibi bir mesaj vermektedir. Bunun dışında Moskova'nın üçüncü Roma olmasının konseptini savunan ve "Rus dünyası" doktrininin bir ayağı olan Rus Ortodoks Kilisesi dış politikada da büyük rol oynamaktadır. İç kamuoyu için ise Patrik Kirill Putin'in dış politikasında aldığı kararları sık sık aktarmaktadır. Örneğin, 2015 Halep bombardımanı, Patrik Kirill "Rusların teröristlerle kutsal savaşı" olarak adlandırılmıştır. Daha sonra ise Rusya-Ukrayna savaşı sırasında sözde Donetsk ve Luhansk Halk Cumhuriyetlerini destekleyen Kirill, Donbas halkının eşcinsel onur yürüyüşleri düzenlemeyi reddettiği için Batı onları yok etmeye çalıştığını söylemiştir. Kısaca SSCB döneminde varolmasını sürdürmeye çalışan ve iktidara karşı halk duygularını beslendiren Rus Ortodoks Kilisesi, günümüzdeki Rusya'nın oluşturulmuş düzenini korumaktadır (Lomagin, 2012: 6-14; Giovanni, 2022).

2.2.4. Rusya’da Düşünce Akımları

Rus siyasal hayatına yön veren üç düşünce akımı vardır. Bunlar; Batıcılar/Avrupacılar (Rusya’da bu düşünce akımını savunanlara Zapadnikler “западники” yani Batıcılar denmektedir), Slavofiller ve Avrasyacılar. Her düşünce akımı Rusya’da uzun geliştirilme tarihine dayanmaktadır ve az çok şimdiki Rusya’nın siyasal yaşamını etkilemektedir. En uzun tarihe sahip olan Batıcılar/Avrupacılar, Aydınlatma döneminde ortaya çıkıp hızlıca yaymaya başlamaktadır. I. Petro ve II. Katerina dönemlerinde yaygın olan bu fikir, Rusya’nın Batı Avrupa’nın geliştirme yolunu izlemesi gerektiğini savunmuştur. Batıcılar/Avrupacılar, “Avrupa’ya açılan perde” konsepti ile zirveye ulaştıktan sonra kendi popülaritesini tekrar Rusya Federasyonu’nun ilk kurulduğu zaman yani 1990’larda yaşamıştır. 1990’larda Rusya’nın siyasi partilerin neredeyse hepsi Batı ile yakınlaşma, işbirliği ve demokratik toplumun geliştirilmesinin yolunu izlerken; şimdi ise, Batıcılar/Avrupacılar kriz döneminden geçtiği bellidir. Batıcılar/Avrupacılar akımını temsil eden partiler liberal reformların gerçekleştirilmesini talep etmektedir. Fakat bu talep, çıkmaz yola yönlendirmektedir. Çünkü böylece 1990’larda reformların gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğine dair tartışmayı açmaktadır. Reformların gerçekleştirildiğini savunanlar, o zaman Rusya’nın neden Batı’nın bir parçası olmadığı soru ile karşılaşmaktadır. Reformların gerçekleştirilmediğini düşünenler ise bu durumda hangi reformların ve ne kadar kapsamlı reformların gerçekleştirilmesi gerektiğini cevap vermek zorunda kalmaktadır. Bu tartışmada Batıcılar/Avrupacılar akıntısının temsilcilerinin rakipleri bugünkü Batıcılar daha çok Avrupa ile değil, anglo-sakson ülkeleri ile bağlı olduğundan ABD aslında bütün Avrupa ülkeleri bastırdığını ve aynı durum Rusya için mümkün olmadığını açıklamaktadır. Onlara göre, Rusya hem yüzölçümü, hem nüfus açısından büyük bir ülke ve ciddi ekonomik, siyasi potansiyele sahip olduğu için ABD’ye uymak adına kendi siyasi çıkarlardan vazgeçip askeri potansiyelini azaltmak zorunda kalmış olacaktır. Batıcılar/Avrupacılar fikirleri daha çok muhalefet partilerin politikasında izlenmektedir (Fenenko, 2018; Hamzaoglu, 2020: 1616-1622).

Batıcılar/Avrupacılar akımına göre günümüzdeki Rusya’nın siyasal hayatında daha yaygın olan Slavofiller, I. Petro zamanında Batıcılar/Avrupacılar akımına cevap olarak ilk ortaya çıkmıştır. XIX. yüzyılın ana akım doktrini olan Slavofiller, Batılı değerlerin Rus zemininde kök sağlayamayacağından bahsetmektedir. Slavofillerin gözlerinde küreselleşme, milli ve etnik yapıların yıkımı olarak görünmektedir. Slavofiller, Rusya’da daha çok ulusal liberal partileri tarafından temsil edilmektedir. Fakat onların da bir tartışması vardır. Liberal olanların ana fikri Rusya’nın bu yolu izlerken daha iyi olabilmek ise, bu amaç, milliyetçi akımı tarafından formüle edilen Rusya’nın zaten en iyi olduğuna dair beyanla çatışmaktadır.

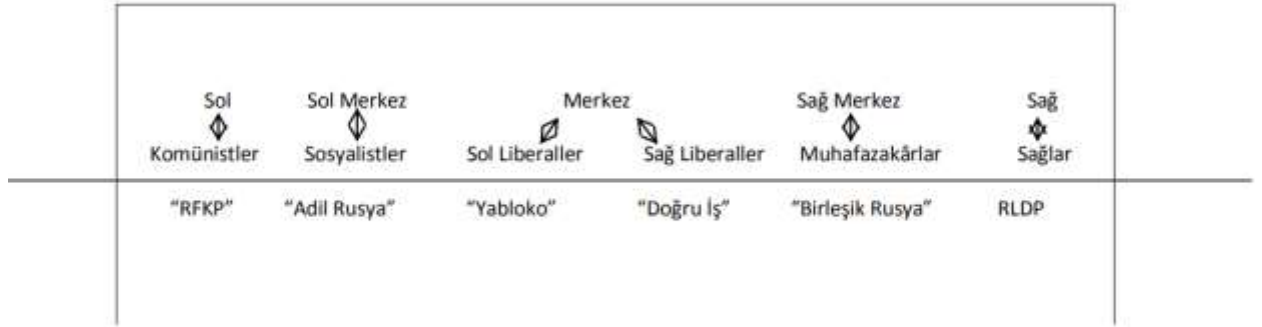
Yine de çağdaş Rusya'nın politikasının "Rus dünyası", "Üçüncü Roma" gibi doktrinlerinde Slavofillerden ilham alınan fikirler geçmektedir (Hamzaoğlu, 2020: 1622-1627).

Rus düşünce akımında en son çıkmış ama şimdi oldukça yaygın olan Avrasyacılar, Rusya'nın ne Doğu'ya, ne Batı'ya ait olmayan özel alt kıta olduğunu düşünmektedir. İlk zirvesini 1920'larda yaşamış olan Avrasyacılar, SSCB'nin dağılımı ile Rusya'nın Orta Asya'da bulunan ve Müslüman nüfusuna sahip olan eski Sovyet cumhuriyetler ile temas etmesine ve çok kültürlü Rusya Federasyonu'nun inşa edilmesine zemin sağlamışlardır. Avrasyacılar genelde Batıcılık/Avrupacılık akımının en zıt akımı olarak sayılmaktadır ve Rusya'nın ancak Batı ülkeleri ile değil, Asya ülkeleri ile de ilişkilerin pekiştirilmesini savunmaktadır. Kitle düzeyinde Avrasyacılar, reformları ve demokrasiyi reddetmektedir ve SSCB'yi özlemektedir. Ama aynı zamanda geçmişe dönmeyi de istememektedir. Aleksandr Dugin gibi yaygınlaştırıcılar sayesinde Avrasyacı partiler Rusya'nın siyasal yaşamında oldukça iyi duruma sahiptir (Kineva, 2009).

2.2.5. Rusya'da İktidar-Muhalefet İlişkileri

1990'lı yıllarda Rusya, demokratikleşme çabaları sarf etmiştir. Toplumsal yaşamda örgütlenme, siyasal yaşamda partileşme düzeyi artışı, seçim ve oy sistemi aracılığıyla birçok kesimin yönetimde temsil edilmesi fırsatı vs. bu çabaların sonuçlarıdır (Akhundova, 2013: 55). Fakat 2000 yılında Vladimir Putin'in seçilmesinden sonra zaten stabil olmayan ve zaman zaman soru yaşayan demokratik sistem, bu on yıl içerisinde elde ettiklerini kaybetmeye başlamıştır. Putin'in rejiminin muhalefet baskı, medya tekeli, sansür, sivil toplum kuruluşlarının (STK) kapatılması, merkezileşme adı altında yaptığı uygulamalar siyasal yaşamının gerilemesinin göstergeleridir (İsayeva, L. ve Günlü R., 2019: 85-86). Nasıl olsa, Rusya, iktidar partisinin egemenliği ile çok partili sisteme hala sahiptir. RF'nun parti sistemi ideolojik açıdan çeşitlilik göstermektedir. Rusya'nın siyasal hayatında en önemli partiler aşağıdaki şekilde yer almaktadır.

Şekil 9. Rusya'nın Siyasi Partileri



Kaynak: Akhundova, 2013: 56

Rusya'nın siyasi partilerinin arasında birkaç etkileyici partiler ele alınarak analiz edilecektir. Şimdi iktidar partisi olan Birleşik Rusya Partisi, başbakanlık görevini yapan Vladimir Putin'i desteklemek amacıyla 1999 yılında kurulmuştur. Putin'in Çeçenistan Savaşı ile ilgili eylemleri beğenen halk, Birleşik Rusya Partisi için oy vermeye başlamıştır ve bu parti, yakın zamanda hem ulusal, hem bölgesel düzeyde egemen partisi haline gelmiştir. Birleşik Rusya Partisi'nin popülaritesi geçtikçe artmıştır. Örneğin, Eylül 2014'te yer alan yerel seçimlerde Birleşik Rusya Partisi'nin adayları 30 ilden 28 ilde kazanmıştır. Birleşik Rusya, kendi manifestolarında mümkün olan en fazla sayıda katılımcıya hitap edecek merkezci politikaları savunmaktadır. Devlet kontrolünde ekonomik liberalizm ve muhafazakar değerlere ve vatanseverliğe vurguları manifestolarının ana noktalarıdır (Russell, 2014: 1).

Rusya'nın siyasal yaşamında sistematik muhalefet partiler olarak adlandırılan Rusya Federasyonu Komünist Partisi (RFKP) ve Rusya Liberal Demokrat Partisi (RLDP) oldukça dikkat çekicidir. Devlet Dumasında yer alan bu partiler iktidar partisi için herhangi bir tehdit oluşturmamaktadır. Ama eleştirisini dikkatlice yapmaktadır. Gennadi Zyuganov başta olmak üzere RFKP, Rusya parlamentosunda %20 sandalye oranı ile ülkenin en büyük muhalefet partisidir. RFKP, genelde SSCB'yi özleyen 50 yaş üstü olan ve küçük şehirlerde ya da kasabalarda yaşayan insanlara hitap etmektedir. Partinin ideolojisi marksizm-leninizm üzerinde durmaktadır. Diğer sistematik muhalefet parti olan RLDP, Rusya parlamentosunda yaklaşık %12 sandalye oranına sahiptir ve hükümete karşı nadiren oy kullanmaktadır (Russell, 2014). Uzun yıllardır partinin lideri olan Vladimir Jirinovski, aşırı sağcı şovenist görüşleri ve sıra dışı eylemler ile tanınmaktadır ve daha çok şovman olarak algılanmaktadır. 6 Nisan 2022'de Jirinovski'nin ölümünden sonra Leonid Slutsky RLDP'nin başına geçmiştir.

Bu partiler, muhalefet partiler sayılmasına rağmen Putin'in rejimine karşı çıkmamaktadır ve halka alternatif sunmamaktadır. Örneğin, 2014'te Rusya'nın Kırım'ı ilhakından sonra bu partilerin liderleri ve temsilcileri sırf Kırım'ı değil, bütün Ukrayna topraklarının alınması gerektiğini birçok kez söylemişlerdir ve bu yönde mevcut rejimin eleştirisini yapmışlardır (Russell, 2014: 1).

Diğer parti grubu ise, "Yabloko" gibi partilerle temsil edilmektedir. Bu demokratik parti, Kremlin'in politikasını açık ve ciddi bir şekilde eleştirmektedir. Ama bu tip partiler, ulusal parlamentosuna geçmek için gereken %5 oranını almamaktadır ve ancak yerel düzeyde temsil edilmektedir (Russell, 2014: 2).

Putin'in rejimi ile muhalefet ilişkileri iki döneme ayırabiliriz. Birinci dönem (2000-2011) sırasında muhalefetin yerel seçimler dışında seçimlere katılma ve sınırlı bir şekilde izinli protesto yapma fırsatlarına sahip olmasına rağmen en az toplantıları yapma ve iktidara herhangi siyasi bir tehdit oluşturmamayan kurumları açma haklarına sahipti. Bu yıllarda yapılan muhalefetin en önemli eylemleri olan Muhafiflerin Marşı (2005-2008) ve Öfke Günü (2009-2011), yine de büyük girişimler değildi. Bunun dışında bu dönemde yapılan merkezileşme ve Putin'in yerel güçleri kontrol altına alması, muhalefetin zaten kısıtlı olan imkanları daha da sınırlandırmıştır. İktidar-muhalefet ilişkilerinin ikinci dönemi ise, Putin'in 2011 Cumhurbaşkanlığı seçimine katılmasının ilan edilmesinden sonra başlamıştır. Halk, hem Putin'in adaylığına, hem artan elektrik, su ve ısınma faturaları, eğitimdeki kriz, okul ve hastanelerin kapanması ve Rusya'nın Dünya Ticaret Örgütü üyeliği sonrasında yaşanan iş kayıpları gibi problemlerine tepki göstererek protesto çıkmıştır. "Putinsiz bir Rusya" sloganı olan bu protestolar, Bolotnaya meydanı protestoları olarak tarihe geçmiştir. Yaklaşık beş bin kişilerin katıldığı mitingler sırasında 300 kadar kişi gözaltına alınmıştır. Protestocular, elde etmek istediklerine ulaşmasına rağmen bu dönemde yeni muhalif kuruluşlar ve liderler ortaya çıkmıştır (İsayeva, L. ve Günlü R., 2019: 86-89). Ama Putin'in rejimi de daha da sıkı olmaya başladığını vurgulamak gerekmektedir. Bolotnaya meydanı protestoları sırasında ortaya çıkan ve halkın güvenini kazanabilen yeni muhalif liderler ya hapisaneye atılmıştır ya da tutuklanmasından kaçmak için yurt dışına çıkmıştır. Çağdaş Rusya'nın muhalif liderler arasında Putin'in rejimini yolsuzlukla suçlayan Aleksey Navalni, en etkileyici muhalif liderin olduğu şüphesizdir. İlerleme Partisi'nin lideri ve Yolsuzlukla Mücadele Vakfı'nın kurucusu olan Navalni birçok kez tutuklanmasına rağmen Novıçok zehirlenmesine kadar kendi faaliyetine devam ediyordu. Zehirlenmesinin ardından Almanya'ya giden Navalni orada tedavi görmüştür. AB ve Birleşik Krallık, altı üst düzey Rus yetkiliye ve bir devlet kimya merkezine Navalni'nin zehirlenmesine karşı yaptırımlar uygulamıştır. Navalni 17 Ocak

2021’de Rusya’ya dönmüştür. Havalimanında tutuklanan Navalni, halka “sokaklara çıkma” çağrısı yapmıştır. Tedavisi için gittiği Almanya’da, Rusya polisine bilgi vermeyerek şartlı tahliye koşullarını ihlal etmekle suçlanan Navalni için sokaklara çıkan halk herhangi bir başarıya ulaşmamıştır (BBC Türkçe, 2021). Daha sonra Navalni, yolsuzluk yaptığı ve mahkeme üyelerine hakaret ettiği gerekçesiyle 9 yıl hapis cezasına çarptırılmıştır (TRT Haber, 2022). Fakat tutuklanmasından önce Navalni kendi siyasi faaliyetini kirleten açıklamalarda bulunmuş olduğunu belirtmek gerktir. Mesela, 2011’de Navalni RF’nun bütçesinden büyük miktarda para Rusya’nın Kafkasya bölgeleri için harcandığı eleştiride bulunarak “Kafkasya’yı Beslemeye Yeter” mitingi düzenlemiştir (Tumanov, 2011). Bunun dışında Navalni 2005’ten beri faşist "Rus Yürüyüşü"’ne katılmaya başlamıştır. 2005 yılında Kremlin tarafından kurulan "Ulusal Birlik Günü" ile aynı zamana denk gelen bu etkinlik, Moskova’da her yıl düzenlenen bir etkinlik haline gelmiştir ve birçok monarşist, faşist, Yahudi aleyhtarı ve göçmen karşıtı örgütü çekmektedir. 2007’de Navalni, aşırı sağ sempatileri nedeniyle “Yabloko” partisinden atılmıştır. Ayrıca Navalni Rusya’ya Orta Asya ülkelerinden gelen göçmenlerin sınır dışı etmek gerektiğine dair kendi fikirlerini hem kampanya videolarında hem demeç sırasında söylemiştir (Vays, 2018). Ekim 2014 yılında ise, Navalni bir demeç sırasında Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanı olması halinde Kırım’ı Ukrayna’ya geri verip vermeyeceğini sorulmuştur. Navalni cevabını verdiğinde Kırım’ın sandviç gibi alıp geri verilecek bir şey olmadığını söylemiştir (Özçelik, 2021). Belirlenen eylemlerin Aleksey Navalni’nin siyasi faaliyete olumsuz bir şekilde yansıtmasına rağmen Navalni kendisi büyük ihtimalle böyle düşünmemektedir. Çünkü Nisan 2017’de The Guardian gazetesine demeç verdiğinde bütün kendi siyasi faaliyetini hatırlarken hiç bir şeyden pişman olmadığını ifade etmiştir (The Guardian, 2017).

2012 yılında tekrar Devlet Başkanı olarak seçilen Putin, STK’ların faaliyetini mümkün olduğu kadar kısaltmaya başlamıştır. Bu bağlamda “Yabancı Ajan Yasası” son derece önemlidir. 2012 yasasına göre STK’lar, hükümet veya özel herhangi bir yabancı kaynaktan asgari miktarda bile olsa fon alıyorsa ve “siyasi faaliyette bulunuyorlarsa” Adalet Bakanlığı’na “yabancı ajan” olarak kaydolmak zorundalar. Kanun kapsamında siyasi faaliyetin tanımı o kadar geniş ve muğlaktır ki, savunuculuk ve insan hakları çalışmalarının tüm yönlerini etkin bir şekilde kapsamaktadır. Mayıs 2014’te Rusya parlamentosu, Adalet Bakanlığı’na grupları rızaları olmadan “yabancı ajanlar” olarak kaydetme yetkisi vermek için “yabancı ajanlar” yasasını değiştirmiştir. Mayıs 2016’da, parlamento yasada başka bir dizi değişiklik kabul etmiştir ve tartışmalı “siyasi faaliyet” tanımını, diğer şeylerin yanı sıra, grubun yetkisi ne olursa olsun bağımsız bir grubun kamu politikasını etkilemeye yönelik her

türlü girişimini içerecek şekilde genişletmiştir (Russia: Government vs. Rights Groups, 2018, Akdağ ve Cıngı, 2021: 5819-5823).

İktidar-medya ilişkileri, Putin'in Rusyasında güç aracılığıyla kurulmaktadır. Vladimir Putin, iktidara geldikten sonra "medyayı oligarklardan kurtarma" kampanyası aracılığıyla etkili olan her medyayı devlet kontrolünün altına almıştır. Sonuç olarak, Rusya'daki tüm büyük ulusal TV ağları ve bir dizi büyük gazete şu anda Kremlin tarafından yönetilmektedir. Geniş devlet medya imparatorluğu, ITAR-TASS ve RIA-Novosti haber ajanslarını; ulusal radyo istasyonları Radio Mayak ve Radio Rossiya; önde gelen TV ağları Pervıy Kanal, Rossiya ve NTV içermektedir. Putin'in medya stratejisinde televizyon özel yer almaktadır. Çünkü yapılan anketlere göre %95 Rus en az haftada bir kere televizyonu açıp haber izlemektedir. Rus medya sektörü son değişikliklerini 2014'te Rusya'nın Kırım'ı ilhakından sonra yaşamıştır. Bu değişiklikler arasında RIA Novosti devlet haber ajansının ortaya kaldırılması ve Eho Moskvı radyo istasyonunun başkanı Yuri Fedutinov'un istifa etmesi yer almıştır (Ognyanova, 2015). Rusya'nın medya sektöründe başlıca olan gruplar ve/veya holdingler: VGTRK, Gazprom Media, Rambler Grup ve Dojd (Temir ve Ayhan, 2019: 67-70).

VGTRK, değer olarak Rusya'nın en büyük holdingidir. Rusya Federal Hükümeti altında üniter bir işletme olarak çalışır (yani, yönetim resmi olarak bağımsızdır, ancak işletme tüm kârı hükümete verir ve hükümet tüm mülküne sahiptir). VGTRK, Rossiya 1 (Rusya'nın en popüler ikinci kanalı), Rossiya 24 (24 saatlik bir haber kanalı), Rossiya K (kültürel yayınlara ayrılmış), Russia RTR (bir uydu) dahil olmak üzere Rossiya 1 bayiliklerinin %100'ünü kontrol etmektedir. VGTRK, popüler bir çocuk kanalı olan Karusel'i, diğer birkaç TV istasyonunu ve tanınmış VestiFM (Rossiya 24'ün radyo versiyonu) ve Radio Mayak (esas olarak haber ve talk showlara ayrılmış) dahil olmak üzere bir miktar radyo istasyonunu kontrol etmektedir. Rusya Federal Hükümeti ayrıca Pervıy Kanal'ın (Rusya'nın en popüler kanalı) %51'ini kontrol etmektedir. Ancak bu kanal VGTRK holdingine dahil değildir (Temir ve Ayhan, 2019: 67-70).

Gazprom Medya geniş bir medya yelpazesine sahiptir. Televizyonda, TNT'yi (haber programı olmayan ve komediler ve reality şovlarda uzmanlaşmış bir kanal), NTV'yi (özellikle sansasyonel ve Kremlin yanlısı gazeteciliği ile tanınan çok-türlü bir kanal) ve NTV-PLUS uydu televizyonunu kontrol etmektedir. 2013 yılında şirket, daha önce oligark Vladimir Potanin tarafından kontrol edilen bir başka büyük holding olan Profmedia'yı satın almıştır. Bu şirketin holdinglerinin çoğu haber kapsamını içermektedir. Televizyonda, Pyatnitsa (yeniden markalaşmadan önce MTV Rusya) ve Domaşniy (ev hanımlarına

odaklandı) kanallarına sahiptir. Şirket ayrıca büyük film yapım ve dağıtım şirketlerini, kendi filmlerini üreten ve diğer ülkelerden dublajlı filmler dağıtan Central Partnership'i ve Comedy Club Productions'ı da kontrol etmektedir. Yayıncılıkta şirket, Itogi'yi (kültürden siyasete her şeyi kapsayan aylık bir dergi) ve ünlü röportajları ile tanınan haftalık bir tabloid olan 7 Dnei'yi kontrol etmektedir. Film prodüksiyonu, sinema salonları ve daha fazlasındaki diğer holdinglere ek olarak, şirket ayrıca uzun zamandır hükümet ve liberal bakış açılarını eleştirmesiyle tanınan Eho Moskvı radyosunun ve diğer radyo istasyonlarının sahibidir. Gazprom Media'nın tamamı Gazprombank'a aittir ve çoğunluğu Gazprom tarafından kontrol edilmektedir (kısmen Gazprom tarafından kontrol edilen diğer şirketler ve kuruluşlar aracılığıyla). Gazprom, çoğunluğu Rus devleti tarafından kontrol edilen halka açık bir şirkettir (Temir ve Ayhan, 2019: 67-70).

Rambler Group, 2013 yılında Afisha-Rambler (Vladimir Pontanin tarafından kontrol edilen) ve Aleksandr Mamut tarafından kontrol edilen SUP'nin birleşmesinden sonra kurulmuştur. Şirket başlangıçta Afisha-Rambler-SUP olarak adlandırılmıştır. Ancak daha sonra ana holdingi olan Rambler arama motoru (Rusya'nın ilk arama motoruydu. Ancak şu anda % 2'den daha az bir oranla Rusya'nın 4. arama motoru olarak sıralanıyor) ardından Rambler Group olarak yeniden adlandırılmıştır. Afisha ise şehir etkinlikleri, kültür, yemek vb. konularına odaklanan bir dergi dizisidir. Şirket, Rusya'nın en popüler blog platformlarından biri Live Journal ve Rusya'nın en popüler haber sitelerinden birinci ve ikinci sırada olan Lenta.ru ve Gazeta.ru'yu kontrol etmektedir. 2019 itibarıyla grubun %46,5'i büyük bir devlet kontrolündeki banka olan Sberbank tarafından kontrol edilirken, %46,5'i Aleksandr Mamut tarafından kontrol edilen bir yatırım şirketi olan AN&N tarafından kontrol edilmektedir (A Guide to Media and Journalism in Russia, 2021).

Dojd Medya Holding'in sahibi Aleksandr Binokurov (KIT Finance'in kurucusu ve eski sahibi) ve holdingin medya kuruluşlarının çoğunu yöneten ve/veya editör olarak görev yapan gazeteci eşi Natalya Sindeyeva'dır. Holding, Silver Rain Radyo, Rain Television (bir kablo kanalı), Republic Magazine'ye (dijital olarak yayınlanır) sahiptir. Eski projeler arasında, Moskova'ya adanmış bir şehir sosyal yayını olan ve tamamen çevrimiçi bir formata giden ve ardından 2016'da tamamen durdurulan Bolşoy Gorod gazetesi yer almaktadır. Bunların tümü, liberal/muhalefet bakış açılarıyla materyal yayınlamak ve/veya yayınlamakla tanınmaktadır (A Guide to Media and Journalism in Russia, 2021).

2.3. Ekonomik Kapasite

Sovyet Birliği'nin çöküşünden sonra Rusya'nın inşa ettiği ekonomik sistem de çökmüştür. Reel GSYİH 1991 yılında yaklaşık %12 oranında gerilemiş, bütçe açığı GSYİH'nın %26'sına kadar çıkmıştır. Üç haneli rakamlara yükselen enflasyonun başlıca sebepler:

- Doğu Bloku'nun dağılmasının ardından Eski Doğu Avrupa pazarlarının çözülmesi ve bunun sonucu olarak ise arz zincirinin bozulması,
- Mali yardımların kesilmesinden dolayı tarım sektöründe meydana gelen krizler,
- Kumanda ekonomisi kurallarının, pazar ekonomisi kuralları uygulanmaya başlanmadan terk edilmesi vb. (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022).

Komünist ekonomik sistemden pazar ekonomisine hızlı bir geçiş için 1992 yılında özel ekonomik bir program tasarlanmıştır. Fakat üretimdeki düşüş, mali dengesizliklerdeki genişleme ve yapısal reformlardaki yavaş ilerleme devam etmiştir. 1994 yılında Merkez Bankası tarafından IMF desteği ile sıkı para politikası uygulaması başlatılmıştır. Enflasyonla uzun zaman süren mücadelenin kazanılması için buna odaklı bir bütçe kabul edilmiştir. Sonunda 1995 yılında belirli düzeyde bir makro ekonomik istikrar sağlanmıştır. Bu durum, Rusya'da 1998 yılı ortalarına kadar devam etmiştir (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022).

Rusya 1997-1998 yıllarında tekrar ekonomik şoku yaşamıştır. Rusya'nın başlıca ihracat mallarının fiyatlarındaki düşüş ve Asya krizinin sonucunda yatırımcıların gelişen pazarlara yatırımlarda çekimser kalmaları bu ekonomik şokun nedenleri olmuştur. Bu, hızla artan borçlardan ve mikro seviyede yapısal değişikliklerin eksikliğinden kaynaklanan ekonomik sorunları daha da pekiştirmiştir. Belirlenen sorunlar, rublenin devalüasyonu ve iç borçların ödenememesi ile karşı karşıya kalınması ile sonuçlanmıştır. Ağustos 1998 yılında başlayan büyük ekonomik krizde 1 ABD doları 6,3 rubleden 20 rubleye ulaşmıştır. Enflasyon, 1998 yılı sonu itibarı ile %85'e ulaşmıştır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022).

İhracattan elde edilen gelirler rublenin değerinin düşmesi neticesinde artış göstermiş ve birçok sektör devalüasyonun sağladığı bu avantajdan faydalanarak ihracata yönelmiştir. Zamanla gerileyen enflasyon 2000 yılı sonu itibarı ile %20'ye düşmüştür. Yüksek petrol fiyatları döneminde artan vergi gelirlerinden tasarruf etmek amacıyla olan İstikrar Fonu, hükümet tarafından 2004 yılında teşkil edilmiştir. Daha sonra Şubat 2008'de İstikrar Fonu iki farklı fona ayrılmıştır. Bunlardan petrol fiyatlarında bir düşüş olması halinde bütçede

meydana gelebilecek bir sıkıntı karşısında rezerv sağlamayı hedefleyen Rezerv Fonu, İstikrar Fonu'nun devamı olarak sayılmaktadır. Diğerleri ise emeklilik fonu açığının kapatılması ve diğer belirli federal projelerin finansmanına odaklıdır ve Ulusal Refah Fonu olarak anılmaktadır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022).

2014 yılından başlayan uluslararası ekonomik yaptırımlar Rusya'nın ekonomisine büyük zarar vermiştir. Enflasyonun yükselişinin bir başka sebebi ise düşen petrol fiyatlarıdır. Sonuç olarak rublenin devalüasyonu ve zincirleme etki ile hane halkı tüketiminin de gerilemesidir. Rusya'nın ekonomisi 2015 yılında %3.7 oranında daralmıştır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022)

Ancak IMF verilerine göre, 2019 için %2'lik reel GSYİH büyümüştür. Bunun ardından petrol fiyatlarındaki dalgalanmadan kaynaklanan enerji sektörünün kırılganlığı ve Covid-19'un neden olduğu iç talep düşüşü yüzünden ülkenin ekonomisi 2020 yılında %3,1 oranında daralma yaşamıştır (IMF, 2022).

Rusya Federasyonu'nun ekonomik kapasitesinin tam analizini yapabilmek için doğal kaynakları ve öne çıkan sektörleri de ele almak gerekmektedir.

Doğal Kaynaklar: Doğal gaz ve petrol kaynaklarıyla zengin olan Rusya Federasyonu, genelde doğal kaynak açısından iyi bir coğrafyaya sahiptir. Doğal kaynak rezervi açısından dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Rusya, doğal gaz ve petrol dışında kömür, alüminyum, bakır, demir, elmas, altın, gümüş ve orman kaynakları ile halen dünya hammadde ihracatında birinci sırada yer almaktadır (The World Bank, 2022).

Tablo 3. Rusya'nın Yıllara Göre Doğal Kaynak Üretimi

Doğal Kaynak Üretimi

	2009	2010	2012
Doğal gaz (Milyar m3)	584	649	669
Ham petrol (milyon ton)	494	505	509
Kömür (milyon ton)	298	317	320

Kaynak: Ateş, 2012: 11

Rusya'nın birçok maden ve mineral üretmesi ve ihraç etmesi ile dünyanın en önemli üreticisi ve ihracatçısı olarak sayılmaktadır. Ülke kömür, demir cevheri, demir dışı metaller, altın, platin ve elmas üretmektedir (The World Bank, 2022).

Sovyetler Birliği'nin çöküşünden bu yana Rusya, doğal kaynak üretiminde artış göstermiştir. Rusya'nın sahip olduğu doğal kaynaklar özellikle dışa bağımlılığın azaltmasına yönelik ekonomik politikaya katkıda bulunmaktadır. Bunun dışında çevre kirliliği konusundaki önlemlerin artırılması da vurgulanmalıdır. Ama Sovyet döneminin hızlı sanayileşme sürecinden başlayan çevre sorunları günlerden bugüne Rusya için bir grup sorun oluşturmaktadır. Sanayi bölgelerindeki hava ve su kirliliği, tarımsal alanların azalması ve toprak verimliliğindeki düşüş, ormanların özellikle Sovyet dönemi süresince yok edilmesi gibi problemler çevre sorunlarının başında yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü, 2021: 4).

Rusya Federasyonu, 2018 yılında 11 milyon varil/günlük ham petrol üretimi yaparken 2019 yılı itibariyle sahip olduğu 80 milyar varil kanıtlanmış ham petrol rezervi ile 69 ülke arasında %5 pay ile 8. sırada yer almaktadır (The World Bank, 2022).

Üstelik ülke 2015 yılı itibariyle 23 trilyon feet³'lük doğalgaz üretimi yaparken, 2019 yılı itibariyle 2 katrilyon feet³ kanıtlanmış doğalgaz rezervine sahiptir (T.C. Ticaret Bakanlığı Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü, 2021: 4).

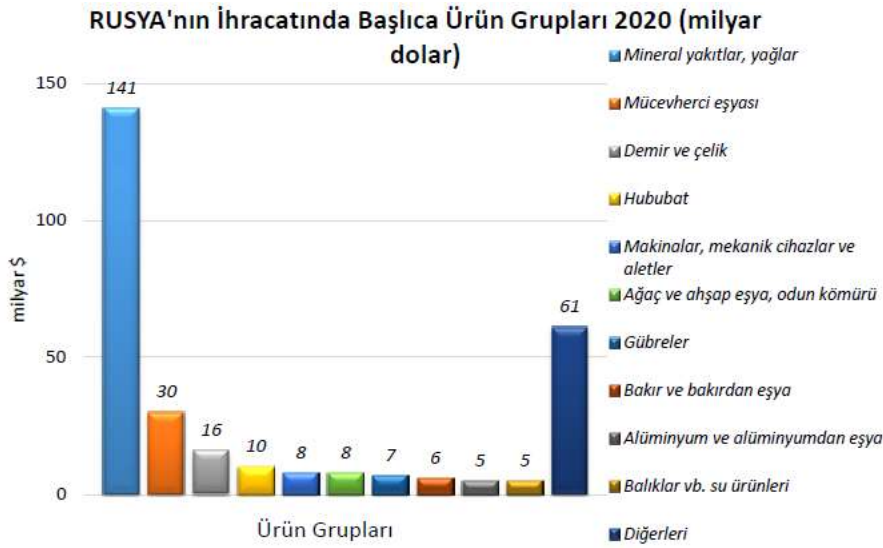
Sanayi: Ülkenin genişliği, doğal kaynaklar ve iş merkezleri arasında büyük mesafelere sebep olduğu için ekonomik açıdan bir dezavantaj olarak sayılmaktadır. Rusya'daki nehirlerin çoğu doğu-batı yönünde değil, kuzey-güney yönünde akması başka bir dezavantaj oluşturmaktadır. Çünkü böylece denize ulaşım daha zordur. Ülkenin coğrafyasından kaynaklanan bu dezavantajlar, ülkedeki taşımacılık maliyetleri uluslararası ortalama maliyetlerin yaklaşık 3 katı kadar yüksek olmasının nedenleridir (Ateş, 2012: 9). Savunma sanayi harcamaları 1990'larda hızlıca düşmüş iken, 1999 yılından itibaren harcamalar artmış ve yoğun silah ihracatı başlamıştır. Günümüzde Rusya, yaklaşık 80 ülkeye silah ihraç etmektedir. Bu 80 ülke arasında Çin, Hindistan, Cezayir, Venezuela, İran, Malezya ve Sırbistan vardır. Rusya'nın sınai üretimin %35'ten fazlasını yakıt, enerji ve metalürji üretimi oluşturmaktadır. Sınai üretimdeki payının yaklaşık %25 olduğu elektrik ve gıda üretimi göz önünde bulundurulduğunda ileri teknoloji ve tüketim malları üretiminin Rus ekonomisinde çok küçük bir payı olduğu ortaya çıkmaktadır. Tekstil sektörünü de kapsayan hafif sanayinin de sınai üretimdeki payı çok azdır (The World Bank, 2022). Moskova, St.Petersburg, Yekaterinburg, Novosibirsk ve Nizhny Novgorod gibi kentler sanayinin yoğunlaştığı kentlerdir (Ateş, 2012: 9).

Enerji: Dünya doğal gaz rezervlerinin üçte birini kontrol eden Gazprom, tamamen devlet kontrolündedir. Doğal gaz üretimi gerçekleştiren diğer şirketler ise Novatek, Lukoil, Rosneft,

Surgutneftegaz ve Gazpromneft'tir (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022). *Dış Enerji Politikası* kavramı Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra ülkenin resmi bilgilerinde ortaya çıkmış ve bugüne kadar önemli rol oynamaktadır. Rusya'nın ekonomisinde enerji kaynakları ihracat rakamlarının oluşturduğu yüksek oranın dış politika ile birleşik haline gelmesi *Dış Enerji Politikası*'nın sonucudur. Bu anlamda 2000 yılında Vladimir Putin'in iktidara gelmesi ve sonuç olarak yeni ülkenin dış politikası ve enerji stratejisini tasarlaması dönüm noktası olmuştur. Rusya'nın tekrar süper güç statüsünü kazanması için ekonomik ve sosyal anlamda gelişmesinin gerektiğini düşünen Putin, Rus dış politikası ve enerji politikasını adeta iç içe geçirerek Rus ulusal çıkarı için enerji kartını gerektiğinde kullanmaya başlamıştır. Vladimir Putin'in birinci başkanlık döneminde Rus ekonomisi şüphesiz yüksek petrol ve doğal gaz fiyatlarından olumlu yönde etkilenmesine rağmen bu durum, Rus ekonomisini bir tarafta enerji hammaddesinin ihracatına ve boru hatlarının inşa edilmesine bağımlı hale getirmiştir. Üstelik Rusya Federasyonu, enerji ihracatından elde ettiği sıcak paraya bağımlı hale gelmiştir (Varol Sevim, 2014: 91). Avrupa ülkeleri ile çoğunlukla doğal gaz üzerinde ekonomik ilişkileri kurulan Rusya, bunu kendi dezenformasyon kampanyalarında da istediği şekilde kullanmaktadır. Avrupa ile Rusya ilişkilerinde bir problem çıktığında kendi amaçlarına ulaşmak adına Kremlin, Rus medyası aracılığıyla Avrupa kitlelerini "Rusya'nın doğal gazsız kalacaksınız" ve "kışın üşüyeceksiniz" gibi mesajlarla manipüle etmektedir. Rusya, bu haberlerden korkmaya başlayan Avrupalıların kendi hükümeti üzerinde baskı yapıp Rusya'ya ödün vermesini talep etmelerini istemektedir. Dünyanın dördüncü büyük elektrik enerjisi üreten ve tüketen ülkesi olan Rusya, 440 adet enerji istasyonuna sahiptir. Elektrik üretiminin büyük bölümü jeotermal üretime dayanmaktadır. Bunun %46'sı gaz, %18'i kömür ile elde edilmektedir. Üretimin %18'i ise hidroelektrik kaynaklıdır. Elektrik üretiminin %17'si ise nükleer santrallerden elde edilmektedir. Termal üretimin %60'ı kojenerasyon (kombine ısı ve güç tesisi) ile elde edilmektedir. Rusya, on yerde 31 nükleer enerji tesisine sahiptir (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2022).

Grafik 1'e göre, Rusya'nın ihracatında en önde gelen ürün grubu mineral yakıtlar ve yağlardır. İkinci ve üçüncü sırada ise mücevherci eşyası, demir ve çeliktir. Son sırada ise balıklar vb. su ürünleri gelmektedir.

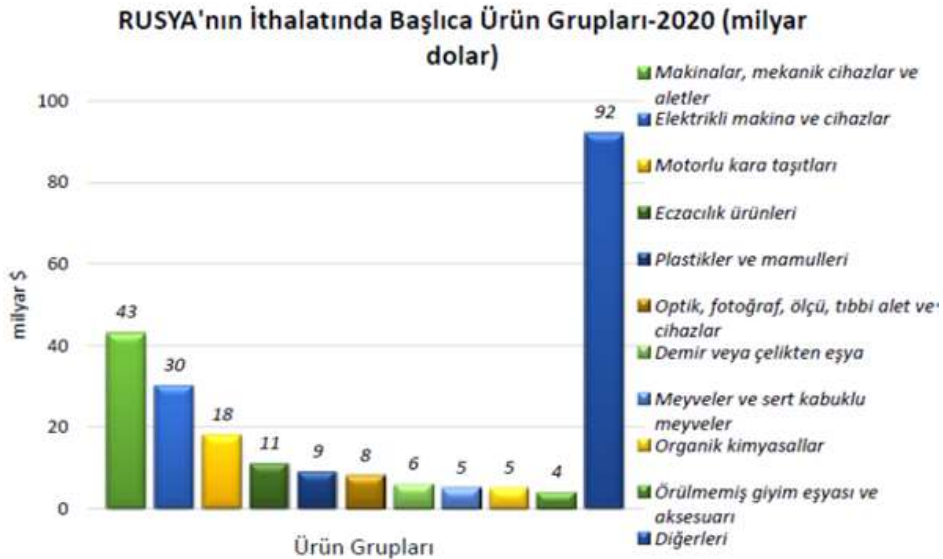
Grafik 1. Rusya'nın İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap (2021) (Çevrimiçi) <https://www.trademap.org/Index.aspx> [Erişim 15.09.2022]

Grafik 2'ye göre, Rusya'nın en çok ithal ettiği ürünler makinalar, mekanik cihazlar ve aletler olurken, en az ithal ettiği ürünler ise örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarıdır.

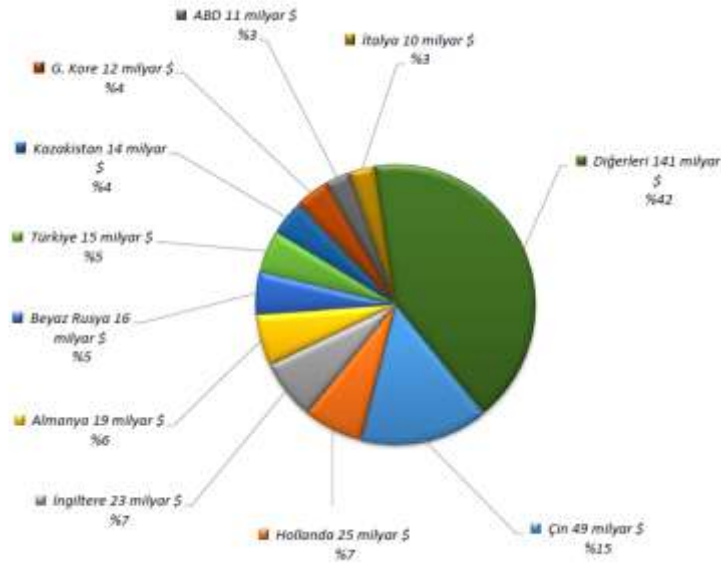
Grafik 2. Rusya'nın İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap (2021) (Çevrimiçi) <https://www.trademap.org/Index.aspx> [Erişim 15.09.2022]

Rusya'nın 2020 yılındaki ülkelere göre ihracat dağılımı ile ilgili bilgi Grafik 3'te verilmiştir.

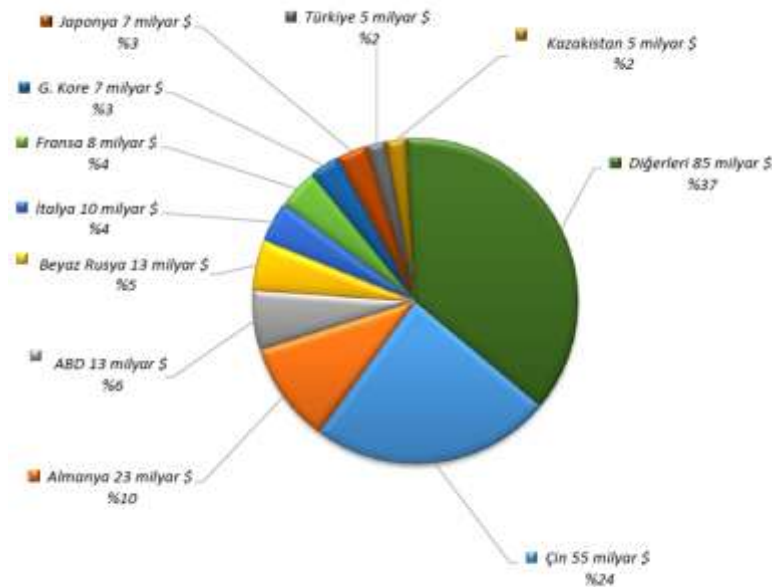
Grafik 3. Rusya'nın Ükelere Göre İhracatı 2020 (Milyar Dolar, % Pay)



Kaynak: Trademap (2021) (Çevrimiçi) <https://www.trademap.org/Index.aspx> [Erişim 15.09.2022]

2020 yılında Rusya'nın ülkelere göre ithalat dağılımı ile ilgili bilgi Grafik 4'te verilmiştir.

Grafik 4. Rusya'nın Ükelere Göre İthalatı 2020 (Milyar Dolar, % Pay)



Kaynak: Trademap (2021) (Çevrimiçi) <https://www.trademap.org/Index.aspx> [Erişim 15.09.2022]

Siyasi istikrarsızlık, ekonomik belirsizlik, yasal boşluklar ve vergi yükü gibi sorunlar yüzünden doğrudan yabancı yatırımlar, 1990’larda Rusya’nın büyüklüğü ve ekonomik potansiyeline rağmen yetersiz düzeyde kalmış iken, 2000’li yılların başından itibaren dikkate değer artış kaydetmeye başlamıştır. 2016 yılında yapılan doğrudan yabancı yatırımlar, 2015 yılına göre %62’lik bir artış göstererek 19 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. Rusya’daki doğrudan yabancı yatırımların tutarı 2016 yılında 351 milyar Dolar, yurtdışına çıkan yatırımların tutarı ise 395 milyar dolar olmuştur (The World Bank, 2022).

2.4. Askeri Kapasite

Rusya Silahlı Kuvvetleri, Rusya Kara Kuvvetleri, Rusya Hava Kuvvetleri, Rusya Deniz Kuvvetleri, Rusya Stratejik Füze Kuvvetleri, Rusya Hava İndirme Kuvvetleri ve Rusya Uzay Kuvvetleri’nden oluşmaktadır. Rusya Silahlı Kuvvetleri’nin 766. 055 aktif 2. 485. 000 yedek personelinin bulunduğu varsayılmaktadır. Ayrıca asker sayısı bakımından Rusya dünyada 2. büyük güç olarak anılmaktadır (The Military Balance, 2020: 166).

XX. yüzyılda dünyanın iki süper gücünden biri olan Sovyetler Birliği’nin mirasçısı olarak sayılan Rusya Federasyonu, SSCB’nin çöküşünden sonra onun askeri kapasitesini, nükleer silahlar dahil, devralmıştır. Fakat çöküşünden hemen sonrasında Rusya askeri masrafları azaltmıştır. Böylece 1980’lerde aktif askeri personelin sayısı 4 milyon iken, 1998 yılında sayı bunun dörtte birine düşürülmüştür (The Military Balance, 2020: 166).

Vladimir Putin 2000’li seçimlerde devlet başkanı olarak seçildikten sonra askeri masraflar tekrar artırılmaya başlamıştır. Ama Sovyet döneminden miras kalan örgütsel yapılar, modern ihtiyaçlara eşit derecede uyumsuzdu. Rus ordusunu modern bir savaş gücüne dönüştürme girişimleri, Gürcistan 2008 savaşından sonra gerçekten bir etki yaratmaya başlamıştır. Modern ekipman ve etkili koordinasyondan yoksun olan Rus birlikleri, Gürcistan topraklarına yayılmak için mücadele etti ve yalnızca büyük sayısal üstünlük sayesinde galip geldi. Çatışma bir uyandırma çağrısı olarak hizmet etmiş ve eski Savunma Bakanı Anatoliy Serdyukov’un “Yeni Görünüm” reform programına yol açmıştı. 2012 yılında Serdyukov bir yolsuzluk skandalı nedeniyle istifa etmişti. Ancak halefi Sergey Şoygu altında değişiklikler devam etmişti. Reformların genel etkisi, Silahlı Kuvvetleri daha az kıdemli subay ve daha kısa bir komuta zinciri ile daha akıcı, hareketli ve özerk hale getirmek idi. Yeni silahlara büyük yatırımlar yapılmış ve özel askeri tatbikatları düzenli olarak büyük ölçekte düzenlenmektedir. Yaz 2020’de Rusya’nın güneybatısında yapılan bu tatbikatlardan biri 150 bin asker içermiştir. Ukrayna ve Suriye’deki müdahaleler, Rus silahlı kuvvetlerinin reformlar sayesinde ne kadar değiştiğini göstermiştir. 2014 yılında Kırım’da az sayıda yüksek eğitilmiş

ve disiplinli birlik, yarımadayı yasadışı olarak ilhak etmek için iyi hazırlanmış bir gizli operasyon gerçekleştirmiştir. Suriye’de Rusya ilk kez, post-Sovyet etki alanının dışında askeri kapasitesini göstermiştir (Russell, 2021: 2).

Bu başarılarla rağmen, silahlı kuvvetler hala önemli kısıtlamalarla karşı karşıya gelmektedir. Toplam 900. 000 aktif personeli, Kasım 2020’teki Cumhurbaşkanlığı Karamamesi ile belirlenen bir milyondan fazla hedefi ile kıyaslandığında yetersiz personeli bulunmaktadır.1990’lardaki demografik düşüş nedeniyle, potansiyel işe alım havuzu küçüktür. İşgücü piyasaları sıkı ve askeri maaşlar 2019’da önemli ölçüde artmış olsa da, pek rekabetçi değildir. Ayda 28. 000 ruble (320 €) artı ücretsiz konut ve çeşitli bonuslarla 49. 000 ruble (560 €) ile hâlâ ulusal ortalamanın altındadır (SIPRI Military Expenditure Database, 2022).

Silahlı kuvvetlerin diğer önemli problemi ise, modern silahların az sayıda bulunmasıdır. Bu durumu değiştirilmesi amacıyla 2011 yılında 21 trilyon ruble bütçesi ile (2011 döviz kurunda ortalama 515 milyar €) bir program başlatılmıştır. Bu programın bütçesinin tümü harcanmamasına rağmen Aralık 2020 yılında Vladimir Putin, programın hedefine ulaştığını ilan etmiştir (SIPRI Military Expenditure Database, 2022).

Rusya’nın nükleer silahların ilk kullanımı konusundaki resmi tutumu yıllar içinde değişmiştir. 1982’de Moskova’nın hâlâ geleneksel bir avantaja sahip olduğu bir zamanda, Sovyet lideri Leonid Brejnev, ülkesinin asla nükleer silahı ilk kullanan olmayacağına söz vermişti. Ancak bu avantaj ortadan kalktıktan sonra Rusya, 1993 yılında “ilk kullanım yok” politikasını geri çekmişti. 2000’li yılların askeri doktrininde, nükleer silahların “Rusya Federasyonu ve müttefiklerinin ulusal güvenliği için kritik olan durumlarda geleneksel silahları içeren büyük çaplı saldırganlığa yanıt olarak” kullanılabileceğini belirlemiştir (Russell, 2021: 8).

Kamuoyu anketleri, Rus vatandaşlarının orduya verdiği önemi defalarca ispat etmişti. Vatandaşları için silahlı kuvvetler, Rusya’nın en güvenilir kurumu, ulusal gururun ana kaynağı ve ulusal yaşamdaki (cumhurbaşkanından sonra) en önemli ikinci etkidir. Bu tür anketlerin sonuçlarının zaman içinde değiştirilmesi, silahlı kuvvetlerin prestijinin şu anda tüm zamanların en yüksek seviyesinde olduğunu göstermektedir (Russell, 2021: 12).

Aynı zamanda Rusya, silahlı kuvvetlerini bir güç gösterişi olarak kullanmaktadır. 9 Mayıs Zafer Bayramı askeri geçit töreni bunun iyi örneklerinden biridir. Bu tür gösterişler, iç kitlenin güveninin, saygısının ve sevgisinin kazanması için yapılırken, dış kitleye bir tehdit

sembolü olarak gösterilmektedir ve “bizden korkun” gibi bir mesaj vermektedir (McDermott, 2009: 20). Silahlı kuvvetler ayrıca propagandist kampanyalarında birçok kere kullanılmıştır. Örneğin, 2014 yılından beri bugüne dek “dünyanın ikinci en güçlü ordusu” anlatısı birçok kere Rus medyası tarafından Ukraynalıların korkması ve Rusya’ya teslim olması için kullanılmıştır. Ukrayna halkında kaos yaratmak adına yürütülen propaganda, Rusya Silahlı Kuvvetleri’nin imajının üzerinde kurulmuştur.

2.5. Nüfus

Rusya Federasyonu’nda 2010’da yapılan nüfus sayımına göre 142.9 milyon insan yaşamaktadır. Böylece yüzölçümü bakımından dünyanın en büyük ülkesi olan Rusya, nüfus sayısına göre ancak 9. sırada yer almaktadır. Sonuç olarak, Rusya’nın nüfus yoğunluğu kilometrekare başına 8.5 kişidir (Countrymeters, 2021).

Pandemi dolayısıyla 2020 yılında beklenen nüfus sayımı gerçekleştirilmemişti ve ancak 2021 yılında yapılmıştır. Nüfus sayımı 2010 yılından 2021 yılına kadar gerçekleştirilmemesine rağmen bu 11 yıl içinde nüfusun nasıl değiştiğine dair farklı veriler vardır. Bazı verilere göre şu anki Rusya’nın nüfusu 146.5 milyondur. Bu tahminlere göre 11 yılda ancak 4 milyonluk bir artış olmuştur. Bu artışın en önemli sebebi eski Sovyet Cumhuriyetleri’nden Rusya’ya göçen etnik Ruslardır. Fakat Rusya’dan göçenlerin sayısı da 20 ila 30 milyon gibi yüksek bir rakamdır (Devlet, 2021).

Şekil 10. Federal Birimlerine Göre Rusya’nın Nüfus Yoğunluğu (2013)



Kaynak: Countrymeters (2021) (Çevrimiçi) <https://countrymeters.info/ru> [Erişim 15.09.2022]

Şekil 10'daki harita incelendiğinde Rusya'nın nüfusunun yoğun olarak ülkenin batısında yani, Avrupa kıtasına yerleştiği görülmektedir. Nüfusun az yaşadığı taraf ise ülkenin kuzeyi ve kuzeydoğusudur. Rusya'nın bölgelerinden en az nüfusun yaşadığı bölge Sibirya'dır.

Rusya'nın cinsiyete göre nüfus dağılımı şöyledir: Erkek nüfus 67. 617. 547 (%46.3), kadın nüfus 78. 369. 896 (%53.7) (Countrymeters, 2021).

Rusya'nın yaş ortalaması 40.4'dır. Erkeklerin yaş ortalaması 37.6'dır. Kadınlar için aynı göstergesi ise 42.8'dir. (Demograficheskiy Ezhegodnik Rossii 2021 (Демографический Ежегодник России 2021), 2021: 32).

Dünyada etnik açıdan en fazla çeşitlilik arz eden ülkelerden biri olan Rusya Federasyonu, 2010 yılında yapılan nüfus sayımına göre 180'den fazla etnik topluluk barındırmaktadır. Bu etnik toplulukların çoğu nispeten küçük (400 binin altında), ancak yedisi bir milyonu aşan nüfusa sahiptir.

Tablo 4. Rusya Federasyonu'ndaki En Kalabalık Etnik Topluluklar

Etnik Topluluk Adı	Rusya Federasyonu'daki Toplam Nüfusu (2010)	Ülkenin Toplam Nüfusundaki Oranı (2010)
Ruslar	111.016.896	%80,9
Tatarlar	5.310.649	%3,87
Ukraynalılar	1.927.988	%1,4
Başkurtlar	1.584.554	%1,15
Çuvaşlar	1.435.872	%1,05
Çeçenler	1.431.360	%1,04
Ermeniler	1.182.388	%0,86

Kaynak: Şahin, 2016: 16.

Tablo 4'e göre, Çarlık döneminde Rus İmparatorluğu'nun nüfusunun %44'ünü ve sonra SSCB'nin nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan Ruslar, günümüzde de Rusya Federasyonu'nun nüfusunun çoğunluğunu temsil etmektedir.

Etnik açıdan çeşitlilik gösteren Rusya, dil konusunda da benzer çeşitliliği arz etmektedir. Rusya Federasyonu'nda konuşulan 140'tan fazla dil Hint-Avrupa, Altay, Ural ve Kafkasya dil ailelerine mensuptur (Salekhova ve Grigorieva, 2017: 0437-0438).

Hint-Avrupa dil ailesine mensup olan Slav grubu (Ruslar, Ukraynalılar, Belaruslular, Lehler vb.) Rusya'da en kalabalık gruptur. Ruslar en çok ülkenin batı kısmının kuzey, kuzeybatı ve merkezi bölgelerinde toplanmaktadır. Bu duruma rağmen Ruslar tüm ülkede dağılmışlardır ve birçok yönetim biriminde nüfusun çoğunluğunu oluşturmaktadır. Ukraynalılar, sayı olarak

Ruslardan sonra gelmektedir. Bu dil ailesine ait başka bir grup ise Germen (Almanlar) grubudur. Ama 1989 yılından sonra Almanların Almanya'ya göç etmesinden dolayı bu grubun sayısı azalmıştır. 1989 yılında bu grubun sayısı 800 000 civarında iken, 2010 yılında bu sayı 400. 000'e düşmüştür. Hint-Avrupa dil ailesine mensup olan İran grubunun en kalabalık temsilcileri Osetler'dir. Bu grup, Güney Osetya'daki çatışmalar döneminde Rusya'ya göç edenler nedeniyle büyümüştür. 2010 yılında sayıları 528. 000 idi. Belirlenen halkların dışında bu dil ailesine mensup olan halklar Ermeniler, Moldovalılar ve Rumenler de Rusya'da yaşamaktadır (Şahin, 2016: 16-17).

Rusya Federasyonu'nda Altay dil ailesinden gelen en kalabalık grup, Türk grubudur. Rusya Federasyonu'nda nüfus bakımından Ruslardan sonra ikinci sırada gelen Tatarların dışında Başkurtlar, Çuvaşlar, Kazaklar, Yakutlar, Tuvalar, Karaçaylar, Balkarlar, Altaylar, Hakaslar, Şorlar, Dolganlar, Azeriler ve Özbekler de bu grubu teşkil etmektedir. Tatarlar, Başkurtlar ve Çuvaşlar Ural ve İdil boyu bölgelerine yerleşmektedir. Altaylar, Şorlar, Hakaslar ve Tuvalar Güney Sibirya boyunca Uzak Doğu'ya uzanan alan üzerinde yaşamaktadır. Kuzey Kafkasya'da ise Nogaylar, Karaçaylar ve Balkarlar yaşamaktadır. Rusya'da yaşayan Buryatlar ve Kalmuklar Altay dil ailesine mensup olan Moğol grubunu temsil etmektedir. Mançu-Tunguz grubundan olan Evenler, Evenkler, Nanaylar vb. Rusya Federasyonu'nun topraklarında yaşamaktadır (Salekhova ve Grigorieva, 2017: 0437-0438).

Ülkede Ural dil ailesinin en büyük grubu olan Fin-Ugor grubu, İdil-Ural bölgesinde ve Avrupa Rusya'sının kuzey bölgelerinde yaşayan Mordva, Udmurt, Mari, Komi, Karel, Hanti, Mansi, Estonyalı ve Macarlardan oluşmaktadır. Bunlardan başka Ural dil ailesinde Samoyed grubu (Nenets, Selkup, Nganasan) yer almaktadır (Salekhova ve Grigorieva, 2017: 0437-0438).

Çeçenler, Avarlar, Darginler, Lezgiler ve İnguşlar Kafkasya dil ailesinin Nah-Dağıstan grubunu temsil etmektedir. Kafkasya dil ailesinin Abhaz-Adige grubuna ait olan Kabardalar, Adigeler, Çerkezler ve Abazalar da Rusya'da yaşamaktadır. Belirlenen halklara genelde Kuzey Kafkasya'da rastlanmaktadır (Şahin, 2016: 17).

Ülkede konuşulan Çukotka-Kamçatka dilleri (Çukça, Koryak, İtelmen), Yukagir dili, Eskimo-Aleut dilleri, Kartvel dilleri (Gürcüce) ve diğer bazı diller de Rusya'nın dil mozaikini oluşturmaktadır (Şahin, 2016: 17).

Tablo 5. Rusya’da Dinlerin Dağılımı

Din	Toplam Takipçinin Sayısı	Toplam Nüfusun %’si
Hristiyanlık	107. 008. 682	%73,3
Ateistler	23. 649. 941	%16,2
İslam	14. 598. 729	%10,0
Yahudilik	291. 975	%0,2
Diğer inançlar	291. 975	%0,2
Budizm	145. 987	%0,1

Kaynak: Countrymeters (2021) (Çevrimiçi) <https://countrymeters.info/ru> [Erişim 15.09.2022]

Tablo 5’teki veriler incelendiğinde Rusya’nın nüfusunun çoğu Hristiyanlardır. İkinci ve üçüncü sırada ise Ateistler ve Müslümanlardır gelmektedir.

1 Ocak 2014 tarihinde Rusya’nın kentsel alanlarda nüfusunun oranı %74.2 veya 106 549 000 kişidir. Buna göre, kırsal alanlarda %25.8 veya 37. 118. 000 kişi yaşamaktadır (Countrymeters, 2021).

Erkek yetişkin nüfusun okuma yazma oranı %99. 73 (55. 542. 289 kişidir). 151. 487 kişi okuma yazma bilmemektedir (Countrymeters, 2021).

Kadın yetişkin nüfusun okuma yazma oranı %99. 72 (67. 903. 663 kişidir). 194. 079 kişi okuma yazma bilmemektedir (Countrymeters, 2021).

Gençler arasında okuryazarlık oranı erkekler için %99. 66 ve kadınlar için %99. 75’tir. Gençler arasında genel okuryazarlık oranı %99. 7’dir. Bu durumda gençlik kavramı, 15 ila 24 yaş arasındaki nüfusu kapsamaktadır (Countrymeters, 2021).

III. PROPAGANDA ARACI OLARAK RUSYA’NIN MEDYAYI KULLANMASI

Tezin son bölümünde öncelikle Rus medyasının yapısı ele alınacaktır. Çünkü Kremlin’in dış politika yapımı sürecinde medyanın kullanım şekline bakmadan önce bu medyanın tiplerinin, onların kadrosunun ve finansının incelenmesinde fayda vardır. Bu çerçevede Rus medyasının ortaya çıkışına ve önde çıkan propagandistlerin rolüne bakılacaktır. Son olarak, RF’nun dış politika yapımı sürecinde medyayı bir araç olarak kullanımasının ıspatlaması doğrultusunda birkaç örnek analiz edilecektir. Örneklerin incelenmesinde olayların siyasi ve tarihi arka planı, propaganda süreci, bu süreçte kullanılan propaganda oluşturma teknikleri ve Rus medyasının elde ettiği sonuçlarını anlatılacaktır.

3.1. RUS MEDYASININ YAPISI

Dördüncü kuvvet sayılan medya, kitleye ülkenin iç ve dış politikasının gündemini doğru bir şekilde aktararak halk ile iktidar arasındaki ilişkileri şekillendirmektedir. O’Shaughnessy ve Stadler Modelinde (Şekil 2) daha önce gördüğümüz gibi dünya-medya ve kitle-medya ilişkileri karşılıklı olduğu için medyanın içeriği medya çalışanların kendi dünya görüşlerine ve hedeflerine kısmen bağlı olmaktadır. Bu doğrultusunda medyanın sahiplerinin kimin olduğunu bilmek ve onların medyayı kendi çıkarları için nasıl kullandığını anlamak önemlidir. Demokratik devletlerde medyanın çeşitliliği medyanın sahiplerinin farklı olduğundan kaynaklıdır. Devlet medya kanalları halk ile iktidar arasında diyalogu kurarken ve yöneticilerin fikirlerinin nüfus tarafından desteklenmesini sağlarken muhalefet medya iktidarın yaptıklarından hesap sorarak tüketiciye alternatif doğru sunmaktadır. Farklı dünya imajlarını gören tüketici hangi tarafa ve neye inanacağına kendisi karar verebilmektedir. Rusya gibi otoriter ülkelerde ise, tüketici alternatif görüşlere erişemediği için tek bir dünya imajıyla sınırlı olmaktadır. İç kamuoyunu istediği şekilde yönlendiren Rus medyası dış kamuoyuna yönlendirilen etkisini artmaya çalışmaktadır. Büyük Britanya’nın BBC’yi, Fransa’nın France 24’ü, ABD’nin VOA’yi, Almanya’nın DW’yi, Katar’ın Al Jazeera’yı kullandığı gibi Rusya’nın da yayını farklı dillerde yapan kendi medya kanalı (RT) vardır. Böylece uluslararası topluma kendi görüşünü sunan Rusya, RT dışından çeşitli gazete, radyo, web siteleri ve trol fabrikasına sahiptir.

3.1.1. Rusya’nın İki Türlü Propagandist Medya Faaliyetleri

Dış politikanın oluşum unsurlarının analizi yapıldığında ulusal ve uluslararası faktörleri ele aldıktan sonra karar verme süreci başladığını daha önce bu çalışmada vurgulanmıştır. Karar

verme sürecinde halkın iradesi ve kamuoyunun düşüncesi önemli role sahiptir. Bu çerçevede Rusya Federasyonu'nda da her ülkedeki gibi dış politikada yapılan herhangi bir eylem ile ilgili halk için bir açıklamanın yapılması gerekiyordu. Rusya Federasyonu, oldukça otoriter bir ülke olduğu için devlet-halk arasındaki iletişim ve genel anlamda kamuoyu bu kadar etkili değildir. Rus halkının RF'nun dış politikasında rolü küçük olmasına rağmen yönetim kendi yaptıklarının bir açıklaması sunmak zorundadır. Bu bağlamda medyanın nüfuzu şüphesizdir. Hem iç kamuoyunu, hem dış kamuoyunu şekillendiren propagandist Rus medya bu anlamda ikiye bölünmektedir. Birinci tür medya iç kamuoyununun şekillendirilmesi ve Rus halkı için RF devlet yöneticilerinin yürüttüğü dış politikasının doğru ve adil olduğunun imajını sağlamaktadır. I. Petro döneminde ortaya çıkan ilk "Vedomosti" gazetesinden ve Putin Rusya'sına kadar Rus devletinde medya her zaman sıkı bir sansüre ve yöneticilerin politikasına maruz kaldığını ve propaganda için kullanıldığını görmekteyiz. SSCB döneminde neredeyse doğrudan Stalin'e bağlı olan ve onun editörlüğünden geçen medya şu an da kamuoyunun devletin istediği şekilde şekillendirilmesi amacıyla sıkı kontrol edilmektedir. Rusya Federal Bilgi Teknolojileri ve Kitle İletişim Denetleme Kurumu Roskomnadzor, Federal Basın ve Kitle İletişim Ajansı Rospeçat medyadan sorumlu olan organlardır. Genelde Rus medyası ikiye ayırmaktadır. Rus medyasının birinci kategori federal medya ya da devlete doğrudan bağlı olan medya türüdür. İkinci kategori ise özel, ama bu durumda medya sahipleri ya Putin'e yakın olan oligarklardır ya da Gazprom gibi devlet şirketleri ve/veya gruplarıdır. %95 Rus haftada en az bir kere televizyonu açıp haber izlediğine göre televizyon iç kamuoyunun şekillendirmesinde özel bir role sahiptir (Ognyanova, 2015: 4-6).

Reytinglere göre Rossiya 1, Perviy Kanal, NTV, Pyatıy Kanal ve TNT Rusya'nın en popüler 5 televizyon kanalıdır. Birinci sırada olan Rossiya 1 kanalı federal kanalı olup Kremlin politikasını desteklediği bellidir. En büyük hissesi %38,9 ile devletin elinde olup, %25'i Yuriy Kavalçuk'un sahibi olduğu "Bank Rossiya"ya ait bir kuruluş olan Natsionalnaya Media Gruppa'ya, kalan hisseleri ise, Putin'e yakın olan oligark Roman Abramoviç'e ait şirketlerin elinde olan Perviy Kanal ikinci sıradadır. NTV kanalı ise, devlet bankası Gazprombank'a aittir. Dördüncü sırada olan Pyatıy Kanal'ın %72,4'lük hissesi Natsionalnaya Media Gruppa'ya, kalan %27,6 hissesi St. Petersburg Belediyesine aittir. TNT ise Gazprom Media Holding'e bağlı olan bir kanaldır. Kanalların çoğu doğrudan ya da dolaylı olarak Kremlin'e bağlı olduğu için onların yansıttığı mesajlar dış politikadaki eylemleri aktarmaktadır. Muhalif medya Rusya'da neredeyse yok edildiğini söyleyebiliriz. Özellikle son yıllarda getirilen kısıltmalar, muhalif medyanın ortaya çıkıp herhangi bir nüfuze sahip olmasını

engellemektedir. Yabancıların bir medya organına sahip olmaması, ücretli televizyon kanallarına reklam kısıtlaması, kitle iletişim araçlarının yayınlanması ve dağıtımı ile ilgili kısıtlamaların sayısı artırılması, internet medyası üzerindeki kontrol arttırılması ve internette mahremiyet hakkını zedeleyecek çeşitli uygulamalar getirilmesi, medyanın özgürlüğünü kısıtlamaktadır ve devlet görüş açısından başka görüş için yer bırakmamaktadır. Televizyon kanallarının sahipliği ile ilgili durum gazeteler ve radyo için de geçerlidir. İnternet için de durum çok fark göstermediğini söyleyemeyiz. En popüler portalları olan vk.com, mail.ru, ICQ Messenger ve odnoklassniki.ru Putin yanlısı oligark Usmanov’a, gazeta.ru, lenta.ru, rambler.ru, liveinternet.ru ve livejournal.ru ise Potanin ve Mamut oligarklara müşterek ortaklığına aittir (Temir, Ayhan, 2019).

Propaganda yapımında alternatif olmaması çok önemlidir. Böylece medyanın çoğu Kremlin yanlısı olduğu için Ruslar herhangi bir alternatife sahip olmadığı ve propagandaya maruz kaldığı bellidir. Kremlin’in dış politikasını açıklamak doğrultusunda Rus medyası çokça vatanseverlik duygusu ile oynamaktadır. İnsanın bir kitleye ait olma temel psikolojik ihtiyacını kullanan medya “hepimiz bir milletiz” mesajını kullanarak devletin yaptıklarını eleştirmek devlete ve/veya millete karşı olmak ve neredeyse vatan haini olmak anlamına gelmektedir. “Herkes Rusya’ya karşı” mesajı ve asıl düşman dışarda teknolojisini ek olarak kullan propagandist medya devleti eleştirmek kötü bir şey olmasının algısını daha da pekiştirmektedir. İnsanların ülke içerisindeki olan sorunları unutmaları ve “şu an hep birlikte dışarıda olan asıl düşmana karşı mücadele vermemiz ve bu nedenle kemerlerimizi sıkıştırmamız” gerektiği açıklayan medya aynı yöntemi SSCB döneminde de izlenmiştir. Bu dışarıda olan düşman genelde ABD ve Avrupa ülkeleridir. 2014 yılından beri Ukrayna da “Rusya’nın düşmanı” etiketini Rus medyasında kazanmıştır. Bunun dışında dış politikanın gündemine göre düşman etiketi yeni ülkelere verilebilmektedir ve/veya alınabilmektedir. Böylece ara sıra “Rusya’nın düşmanı” grubuna Türkiye de katılmaktadır. Ama ikili ilişkiler düzelince Türkiye bu gruptan hiç bir şey olmadığı gibi çıkarılmaktadır. Bu doğrultuda kanunda yapılan son değişmelere göre bazı medyaya verilen Yabancı Ajans statü onların imajını Rus halkının gözlerinde iyice düşürmektedir (Russia: Government vs. Rights Groups, 2018). Alternatif medya olmaması ya da ona kısıtlı erişim olması, topluma ait olma insanın temel ihtiyacının kullanılması ve “asıl düşman dışarıda” teknolojisinin uygulanması iç kamuoyunu Kremlinin istediği gibi şekillendirmektedir. Belirlenen yöntemlerin dışında Rus medyası iç kamuoyunun şekillendirilmesinde geniş imkanlara sahiptir ve dış politikada ortaya çıkan olaya göre en uygun metodu seçip kullanmaktadır.

Enformasyon savaşında dış kamuoyunu şekillendirme kapasitesine sahip olmak da çok önemlidir. Dış tüketici Rus tüketiciden bazı noktada farklı olduğu için Rus propagandist medya yöntem açısından çeşitlilik göstermektedir. Bunun dışında ülkeler de tarihi, ekonomik, kültürel ve siyasi açıdan birbirinden farklı olduğu için ülkeye göre medya tipi değişmektedir.

3.1.2. Dış Politikada Rus Medyasının Tipleri

Rusya Federasyonu, politika yapımı sürecinde medyayı bir araç olarak kullanımında en iyi örneklerinden biridir. Kendi halk için Putin rejiminin uluslararası alanda yaptıklarını başarı ile kanıtlayan medya dış tüketici için iki farklı yöntemin izlediğini söyleyebiliriz. Rusya, kendi dış politikasında ülkeye ve/veya bölgeye göre farklı modelleri izlediği gibi tüketiciye göre de iki farklı yöntem izlemektedir.

SSCB döneminde aynı medya alanına sahip olan cumhuriyetler, Sovyetler'in çöküşünden sonra bağımsızlığına kavuşan her cumhuriyet (Şekil 11) kendine özgü yeni medya alanını kurmaya başlamıştır. Fakat tecrübeli kadronun yetersizliği ve sınırlı teknolojik imkan nedenleriyle yeni medya alanının kurulma süreci uzamıştır. Diğer taraftan ise SSCB'den miras olarak kalan Sovyet medya kadrosu ve maddi-teknolojik zemin Rusya'nın sahipliğine geçmiştir. Hem diğer cumhuriyetlerin uzamış medya sektörünün inşa etmesini, hem yeni kurulan cumhuriyetlerin vatandaşlarının Sovyet sonra ise Rus medyasını izleme alışkanlığını kullanarak Rusya post-Sovyet medya marketinde hükmetmeye başlamıştır. Rusya'nın arka bahçesi ve nüfuz alanı olarak görülen post-Sovyet cumhuriyetleri ancak RF'nun dış politikasında böyle izlenmemiştir. Rus medyası, eski Sovyet ülkeleri kendi marketi olarak gördüğü için bu kitleye verdiği mesajlar ile kendi ülke içerisinde tüketicilere verdiği mesajlarla aynı kılmaktadır. Yeni bağımsız cumhuriyetlerin vatandaşlarının arasında büyük miktarda etnik Rus olması ve diğer nüfus kısmının Sovyetler Birliği döneminde zorunlu olarak Rusça öğrenip bilmesi, Rus medyası marketinin bu devletlerde yaymasını kolaylaştırmıştır. Olayın ilginç tarafı ise zamanla Rusça öğrenmek zorunda olmayan bu cumhuriyetlerin yeni neslinin Rus dizilerini, şovlarını, programlarını, kitaplarını, gazetelerini tüketebilmek için Rusça'yı kendi isteğiyle öğrenmesidir. Böylece Rus medyası post-Sovyet bölgesinin entegrasyonunda katkıda bulunmuştur. Medyanın Rus tüketiciye ve eski Sovyet ülkelerindeki tüketiciye aynı şekilde davranması içerik açısından da herhangi bir problemle karşılaşmamaktadır. Daha önce analiz ettiğimize göre Rusya devlet olarak kültürel, dinsel ve geleneksel çeşitliliği içerdiği için medyanın ürettiği içeriğin farklı sınıflara hitap etmek doğrultusunda zaten değişik olması gerekmektedir ve böylece eski Sovyet ülkelerin

temellerine adapte olabilmektedir. Yine de Rus medyasının içeriğinin daha çok Slav Hristiyan olan tüketiciye hitap ettiğini vurgulanması gerekmektedir (Vandermeij, 2022).

Şekil 11. Eski Sovyet Ülkeleri



Kaynak: Eski Sovyet Ülkeleri (2022) (Çevrimiçi) <https://www.tarihiolaylar.com/tarihi-olaylar/sovyet-sosyalist-cumhuriyeti-birligi-sscb-310> [Erişim 15.09.2022]

Rus medyasının eski Sovyet ülkelerindeki etkisi zaman içerisinde farklı popülerlik oranlarından geçmiştir. Ayrıca her ülke için bu oran farklı olabilmektedir. Güncel durumuna bakacak olursak, Ermenistan’da, Belarus’ta ve Moldova’da Rus medyası özellikle Rus televizyon kanalları oldukça popülerdir. Azerbaycan, Gürcistan ve Ukrayna gibi ülkelerde ise Rus medyasının etkisi daha sınırlıdır. Rus medyasının otoritesi Gürcistan’da 2008 Rusya-Gürcistan savaşından sonra, Ukrayna’da ise 2014 Kırım ilhakı ve Donbas savaşından sonra iyice düşmüştür. Ek olarak, bu ülkelerde Rus televizyon kanallarının yayını kısmen yasak olmuştur. Azerbaycan’da nüfusun sadece küçük bir bölümü bilgi kaynağı olarak Rus TV kanallarını kullanmaktadır. Rusça’daki çeşitli kaynaklar, Rusça konuşan azınlığa hizmet etmektedir. Ulusal Demokratik Enstitü araştırmasına göre, Gürcistan’daki televizyon izleyicilerinin %20’si, yabancı kanallardaki haberleri ve güncel olayları uydu, kablo ve internet üzerinden izlemektedir ve bu kişilerin çoğunluğu Rus kanallarına, özellikle de Pervıy Kanal ve Rossiya 1 kanallarına güvenmektedir. CNN, Euronews ve BBC World Service gibi İngilizce konuşan kanallar, listede tercih edilen yalnızca beşinci, altıncı ve sekizinci bilgi kaynaklarıydı. Rus medyasının potansiyel etkisi, Gürcü medyasının iyi bir erişime sahip olmadığı etnik azınlık bölgelerinde daha önemlidir. Örneğin, Cavaleti bölgesinde insanlar yerel haberleri almakta her zaman sorun yaşamışlardır. Bu yüzden çoğunlukla Rus kanallarını izlemektedir. Azınlıkların yerleştiği bölgelerdeki nüfusun çoğunluğu, birincil bilgi kaynağı olarak Rus kanallarını kullanmaktadır. Merkezi Gürcü medyası azınlık nüfuslu bölgelerle

ilgili hikayeleri bildirmemektedir. Gürcistan ana akım medyasının neredeyse hiç bulunmadığı Abhazy'a da Rus medyasının pozisyonları daha da iyidir. Ulusal Demokratik Enstitü için Kafkasya Araştırma Kaynak Merkezi tarafından 2016 yılında yürütülen bir ankete göre, azınlık yerleşimlerdeki insanların % 30'u Gürcistan'ın dış politikasının Rusya yanlısı olması gerektiğini düşünürken, sadece % 7'si Batı yanlısı bir yönelim desteklemektedir. Buna karşılık, Gürcü ana akım medyasına erişimi olan kentsel alanlarda yaşayan katılımcıların % 16'sı Batı yanlısı dış politika yönelimini tercih ederken, % 8'i Rus yanlısı tercih etmektedir (Kužel, 2017).

Ukrayna'da 2014 yılında Rus kanallarını sınırlı tutan önlemler kabul edildikten sonra durum önemli ölçüde değişmiştir. Detector Media STK tarafından yapılan bir ankete göre, Ukrayna hanelerinin % 13.2'si Rus kanalı Perviy Kanalını, % 12.2'si NTV, % 11.6'sı Rossiya 1 ve % 6.8'i Dojd kanalını alabilmektedir. Aralık 2016'da Kyiv Uluslararası Sosyoloji Enstitüsü Medya Dedektörü tarafından yürütülen bir anket, Ukraynalıların yaklaşık % 87'sinin esas olarak Ukrayna ulusal kanallarından haber aldığını, yaklaşık % 8'inin ise Rus TV kanallarını kullandığını ortaya koymaktadır. Donbas'taki askeri çatışmaya gelince, en çok Ukrayna televizyonunun anlattığı bilgilere güvenilmektedir (% 40), Rus televizyonuna güven ise, çok düşüktür (sadece % 1.3). Kremlin destekli anlatılar, Rus medyasının çoğunluğunun mevcudiyeti göz önüne alındığında, Ukrayna tarafından kontrol edilen bölgeler de dahil olmak üzere doğu Ukrayna'da en büyük etkiye sahiptir. ATO bölgesindeki nüfusun sadece yarısının Ukrayna kanallarına erişimi var ve işgal altındaki Kırım yakınlarındaki birkaç bölgeden insanlar sadece Rus televizyon kanallarını izleyebilmektedir (Kužel, 2017).

Belarus'ta Kremlin yanlısı medyası, TV kanallarında ücretsiz olarak sunulan haber ve eğlence programları ile önemli bir rol oynamaya devam etmektedir (NTV Belarus veya RTR Belarus gibi sözde hibrit kanallar dahil). Örneğin, Belarusluların % 59'u, Rusya'nın Kırım'ı ilhakı ile ilgili görüşlerine ilişkin bir soruyu yanıtlarken, bunun Rus topraklarının Rusya ile yeniden birleştirilmesi ve tarihsel adaletin restorasyonunun olduğunu belirtmiştir. Rusya'nın sahip olduğu iki bilgi ajansı olan Interfax-Zapad ve Prime-TASS, Belarus'taki diğer medya kuruluşlarına haber hizmeti satmaktadır. Rus olmayan yabancı mülkiyete gelince, ancak Rus şirketine bağlı iki popüler gazete, Komsomolskaya Pravda v Belorussii ve Argumenty i Fakty, iki haber ajansı, Interfax-Zapad ve Prime-TASS ve bir eğlence televizyonu olan VTV vardır (Kužel, 2017).

Moldova'da yapılan araştırmalara göre, Rus medyası nüfusun % 15'i arasında en yüksek inandırıcılığa sahiptir. Karşılaştırıldığında, nüfusun % 13'ü Moldova medyasına ve % 7'si

Romanya medyasına güvenmektedir. Moldova’da yeniden yayınlanan Kremlin kontrolündeki Rus TV kanallarının propagandası ve 2015 yılında Sputnik online portalının lansmanı medya sektörünü daha da etkilemiştir. Medya, genel olarak, Rumence konuşanların daha Batı yanlısı bir yönelime sahip olduğunu, Rusça konuşanların ise genellikle Rus yanlısı olduğunu bilerek editoryal içeriği uyarmaktadır (Kužel, 2017).

Ukrayna, Moldova, Gürcistan ve Azerbaycan’da, önde gelen yerel medyanın kilit yerel ve küresel meseleler hakkında haber yapması, Rus kanallarının haberciliğine bir alternatif sunmaktadır ve böylece onların etkisinin dengelenmesine yardımcı olmaktadır. Avrasya Ekonomik Birliği üyesi olan ülkelerdeki (Belarus ve Ermenistan) medya, önde gelen yerel TV kanalları (Rus kanallarına benzer bir izleyici kitlesi ile) tartışmalı dış siyasi olayları haber yapmakla sınırlı olduğundan, Rus medyasının etkisini dengeleyememektedir. Ermenistan’da, Ukrayna’daki silahlı çatışmanın ele alınması, bunun çoğunlukla ana akım medya tarafından Kremlin yanlısı kanallara benzer şekilde sunulduğunu açıkça göstermiştir. Televizyon kuruluşları tarafından yayınlanan uluslararası haberlerin büyük bir kısmı Rus kanalları tarafından sağlananlara dayanmaktadır (Kužel, 2017).

Rus medyasının eski Sovyet ülkelerinde olan yayımı Sovyet medya marketinin çöküşünün doğal sonucu olarak meydana geldiyse ve ancak zamanla Kremlin tarafından propaganda amacıyla kullanılmaya başladyısa, Rusya ile ortak kültürel ve dilsel zemine hiç bir zaman sahip olmayan diğer dünya ülkeleri için ayrı ve özelce hazırlanmış olan medya modeli düzenlenmiştir. Rusya’nın medya sayesinde dünya ülkelerinde kendi etkisini artmak isteklerini Vladimir Putin’in iktidara gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Uluslararası düzeyde RF’nun imajının değiştirilmesi, Soğuk Savaştan sonra insanların zihninde kalan imaj üzerinde dış ilişkilerinin kurulmasının zor olduğundan kaynaklıdır. Rusya ile ilgili klişelerin yıkılması, Rus gerçekliğinin sorunlarının devlet imajı algısı üzerindeki olumsuz etkisinin azaltılması, ülkenin yabancı yatırımcılar için cazip bir yatırım olarak konumlandırılması ve uluslararası toplumun bir devlet katılımcısı olarak Rusya’ya olan güven düzeyini artırması, 2001’de hükümet tarafından Rusya’nın imajının değiştirilmesi adına sunulan açıklamalardır. Bu şekilde Rusya uluslararası topluma entegrasyon sağlamalıydı. Ama aynı zamanda Rusya, yöneticiler tarafından dünya olaylarına kendi bakış açısına sahip bir devlet olarak konumlandırılmıştır. Bu niyetlerle yola çıkarak İngilizce konuşan ve uluslararası kitle hedefi olan Russia Today (RT) kanalı 2005 yılında kurulmuştur. Uluslararası siyasetin ana meselelerinde Rusya’nın konumunu yansıtmak ve izleyiciyi Rus yaşamının olayları ve fenomenleri hakkında bilgilendirmek amaçlarıyla kurulan Russia Today, zamanla İngilizce, İspanyolca, Fransızca, Arapça, Almanca ve Rusça içerik yayınlayan televizyon kanalları, web

siteleri ve sosyal medya kanallarından oluşan bir ağ haline gelmiştir. Kuruluşundan on yıl sonra RT'nin haftalık izleyici kitlesi 37 ülkede 68 milyon izleyiciye ulaşmıştır. 2018 yılında YouTube platformunda bir atılım gerçekleştiren kanal, uluslararası bilgi alanındaki rakiplerinin önüne geçerek 7 milyar izlenmeye ulaşmıştır ve RT kanallarına 10 milyon abone sınırını aşmıştır (Tolokonnikova ve Budakova, 2019: 92-93). VOA ve BBC, kendilerini finanse eden hükümetlerden editoryal bağımsızlıklarını ayrıntılandıran belgelere sahipken, RT içerik konusunda tamamen Kremlin'e bağlı olduğunu açıkça ifade etmektedir. Russia Today'nın şef editörü Margarita Simonyan, kendi çalışma masasında Kremlin ile doğrudan bağlantı olan eski sarı telefonun bulunduğuna ve bu telefonun “gizli şeyleri tartışmak için” kullanıldığına dair açıklamalarda bulunmuştur (Shuster, 2015).

Russia Today dışında dış kamuoyu ile ilişkilerinin yürütülmesinde önemli role sahip olan Sputnik, uluslararası haber ajansı ve radyo olarak 2014 yılında kurulmuştur. 30'dan fazla dilde radyo yayınları, web siteleri ve sosyal medya kanalları yayınlayan Sputnik, Ocak 2019 itibarıyla tüm sitelerinin ziyaretçilerinin sayısı ayda 64 milyondan fazla sayısına sahip olmuştur. ComScore'nun verilerine göre, 2018'de Sputnik France, Fransa'da en çok ziyaret edilen 20 haber sitesinden ve en çok ziyaret edilen 5 yabancı haber sitesinden biri olmuştur (GEC Special Report, 2022: 4-6, Pekçetin, 2020: 64-66).

Russia Today ve Sputnik gibi önemli propaganda araçlarının yanında Rossiya Segodnya ve TASS haber ajansları da yer almaktadır. “Dünyanın önemli iyi niyetli bir ülkesi olan Rusya'ya karşı adil bir tutumu yeniden tesis etmek” şeklinde Rossiya Segodnya'nın amacını açıklayan haber ajansının genel müdürü Dmitri Kiselyov, aynı zamanda çalışanlarına “tarafsız gazetecilik döneminin bittiğini” ve “nesnelliğin bir efsane olduğunu” söylemiştir. Rossiya Segodnya 2013 yılında yeni bir haber ajansı olarak kurulduysa, TASS 1925-1991 yılları arasında SSCB'nin resmî haber ajansıydı ve 2014 yılında onun yeni geliştirilme aşaması hakkında ilan edilmiştir (GEC Special Report, 2022: 15-19).

Rus medyasının uluslararası kitle ile iletişimde başka dikkat çekici araç ise troll fabrikasıdır. İnsanlar tarafından yönetilen çevrimiçi kişilikler olan troller ve otomatik süreçler tarafından yürütülen botlar diğer Rus medyası kanalları gibi resmi olmayan ve gizli tutan bir propaganda aracıdır. Rusya'nın gerçekten troll fabrikasının olduğuna dair zaman zaman kanıtlar ortaya çıkmaktadır. Mesela, 2017 yılında buna dair açıklamalarla çıkan 26 yaşındaki Vitaly Beshpalov, İnternet Araştırmaları Ajansında çalıştığını ve bu ajansın gerçekte böyle bir troll ve bot fabrikasının olduğunu iddia etmektedir. St. Petersburg'ta bulunan bu troll fabrikasının ABD'de 126 milyon kullanıcıya ulaştığını söyleyen Beshpalov dışında ABD

istihbaratı da böyle bir fabrika olduğunu ıspatlamaktadır. Trollere, hedef ülkelerdeki çok çeşitli kişisel nedenlerle destekleyen yanlış yönlendirilmiş bireyler katılmaktadır (Giles, 2016; Euronews, 2017).

Bu kadar net Kremlin propaganda araçları, kendi enformasyon alanını korumak isteyen diğer devletlerin hükümtleri tarafından fark edilmez değildir. Örneğin, RT Ukrayna'da 2014'ten beri yasaklanmıştır ve Almanya'da hiçbir zaman yayın lisansı almayı başaramamıştır. 2019'da Alman Gazeteciler Derneği, "Russia Today bizim için bir bilgi aracı değil, Kremlin'in bir propaganda aracıdır" iddia ederek Rus medyası konusunda devlet medya yetkililerini uyarmıştır. RT DE, Almanya'nın kurallarını bir kenara bırakıp Lüksemburg'da yayın lisansı almaya çalıştı. Ancak Lüksemburg'dakiler de talebi reddetmişlerdi. RT DE, 2021'in sonunda geçerli bir yayın lisansı olmadan Almanya'da yayına girmeye çalıştıktan sonra, Alman Lisanslama ve Denetim Komisyonu tarafından yayını askıya alınmıştır. Letonya'da, Litvanya'da ve Estonya'da RT yasaklanmıştır. ABD'de RT'in kendi faaliyetini yürütebilmek için yabancı temsilci olarak kaydolması gerekmiştir (GEC Special Report, 2022: 8). 2017 yılında Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, Vladimir Putin'in Fransa'ya ziyareti sırasında ortak basın toplantısında Russia Today ve Sputnik haber ajanslarının etki ve propaganda organlarının olduğuna ve hükümet yapıları gibi davrandığına dair açıklamalarda bulunmuştur. Ayrıca Macron, Rusya'nın RT ve Sputnik vasıtasıyla Fransa cumhurbaşkanlığı seçimlerine müdahale etmesi ile ilgili suçlamalarda bulunmuştur (Radio Svoboda, 2017). 2016 yılında Avrupa Parlamentosu üyeleri, en tehlikelileri Sputnik ajansı ve RT televizyon kanalı olarak adlandırılan Rus medyasına karşı koyma konulu bir kararı kabul etmek için oy kullanmışlardı (RIA Novosti, 2016). Aynı yılda Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın aldığı "idari tedbir" kararı doğrultusunda, Sputniksitelerine Türkiye'den erişim engellenmiştir. Fakat Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Rusya'ya ziyaretinden bir gün önce erişim engellemesi kaldırılmıştır. Şubat 2022 yılında Rusya'nın Ukrayna'ya büyük bir çaplı istilaya başlamasından sonra RF'nun propaganda araçları, birçok ülkede kendi faaliyetinin yürütülmesi konusunda sorun yaşamaya başlamıştır ve/veya tamamen yasaklanmıştır (GEC Special Report, 2022: 8).

Belirtilen medya kanalları Rusya'nın uluslararası toplum ile temel iletişim araçları olarak diğer daha küçük kanallarla birlikte dezenformasyon ekosistemini oluşturmaktadır.

3.1.3. Propaganda Amaçlı Kullanılan Medyanın Kadrosu ve Finansı

Medyanın içeriğinin nasıl şekillendirildiğini anlamak için bu medyanın ancak hangi hedef kitleye yönlendirildiğini bilmek yetersizdir. Medya çalışanlarını da bilmek ve onların kendi çıkarlarını anlamakta da fayda vardır.

Öncelikle, Rusya Federasyonu’nun propaganda makinası çok kalabalık olduğunu belirtmek gerekmektedir. Çünkü bu ancak direkt medyada çalışan gazeteciler ve her şeyi koordine eden genel müdürler değildir, bu aynı zamanda Kremlin’de görev yapan ve Putin’in yanında bulunan devlet memurlarıdır. Bu durum, propaganda mekanizmasını uyduranların herkesinin bilinmesi en az şimdilik mümkün olmadığını yapmaktadır. Ama propagandanın ana yaratıcılar ve koordinatörler bellidir.

Kendisini BBC ve VOA gibi medya kanalları ile kıyaslayan Russia Today, Sputnik ve Rossiya Segodnya bu haber ajansları gibi kuruluşlarının nasıl yürütüldüğü, şirketin stratejisi ve yönetim kurulu üyeleri ile üst yönetimin listeleri hakkında ayrıntılı belgeler sağlamamaktadır. Birçok propaganda koordinatörlerinin isimleri gizli tutulmasına rağmen üç ana propagandistlerin ve propaganda medyasının temsilcilerinin isimleri herkes tarafından çok iyi bilinmektedir. Bunlar RT’nin ve Rossiya Segodnya’nın şef editörü Margarita Simonyan, Rossiya Segodnya’nın genel müdürü Dmitri Kiselyov ve Sputnik şef editörü Anton Anismov’dur (GEC Special Report, 2022: 11-12).

Ermeni kökenli Margarita Simonyan, kariyerine Çeçenistan Savaşını Kremlin’in istediği şekilde yansıtmaya başlamıştır. Yakın zamanda Simonyan, Moskova’ya taşınıp Putin’in gazetecei çevresini oluşturan gazetecilerden biri olmuştur. Simonyan’ın kariyer zirvesi, ise 25 yaşındayken RT’nin şef editörünün görevine atanması ile başlamıştır. Margarita Simonyan, Mart 2013 yılında demeç verirken “Bilgi silahı elbette kritik anlarda kullanılır ve savaş her zaman kritik bir andır. Ve bu bir savaştır. Bilgi, diğerleri gibi bir silah.” diye kendi pozisyonunu dile getirmiştir (Klitina and Nahaylo, 2022; GEC Special Report, 2022: 11).

“Putin’in ağzı” lakabıyla bilinen Dmitri Kiselyov, ancak Rossiya Segodnya’nın genel müdürü değil, 2008’den beri Tüm Rusya Devlet Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Şirketi genel müdür yardımcısı olarak görev yapmaktadır. “Tarihi Süreç”, “Otorite” ve “Haftanın Haberleri” programlarında sunuculuk da yapan Kiselyov, eşcinsellik, Amerikalılar ve Ukrayna radikalleri hakkında sert açıklamalarıyla tanınmaktadır. Kiselyov, 2017’de ABD basını ile konuşması sırasında “Bir insanı ikna edebilirsen, onu öldürmene gerek yok. Hangisinin daha iyi olduğunu düşünelim: öldürmek mi, ikna etmek mi? Çünkü ikna edemiyorsan öldürmen

gerekecek.” diye propaganda hakkında soruya cevap vermiştir (Klitina and Nahaylo, 2022; Schfrin and Fannin, 2017).

Kariyerini 2006 yılında RT TV kanalının İngilizce baskısında çalışması ile başlayan ve sonra 2011 yılında RT İspanyolca web sitesinin başkan yardımcılığına geçen Anton Anisimov, şef editörlüğünü yürüttüğü Sputnik’in faaliyeti hakkında “istiyorsanız, buna propaganda deyin” diye yorum yapmıştır (GEC Special Report, 2022: 12).

Dış kamuoyunu şekillendiren bu üç propagandist dışında Rusya’nın federal kanallarında görev yapan ve böylece sırf Rus halkının dünya görüşünü değil, eski Sovyet ülkelerinin nüfusunun görüşlerini oluşturan propagandistlerin isimleri bellidir.

Rossiya 1 TV kanalında eşi Yevgeniy Popov ile “60 Dakika” adlı talk show’un sunuculuğunu yapan Olga Skabeyeva, “Putin’in Demir Bebeği” olarak tanınmaktadır. Skabeyeva ve Popov’un talk show’u 2016 yılından beri günde iki kere yayına çıkmaktadır. 2012-2013’te Pussy isyanı davası, hükümet karşıtı mitingler ve ardından Rus muhalefet destekçilerinin faaliyetlerine yönelik cezai soruşturmalarla ilgili haberleriyle öne çıkan Skabeyeva, şimdi ise Ukrayna ordusunun faşist ve Putin’i Donbas’taki Rusça konuşan Ukrayna vatandaşlarının savunucusu olarak nitelendirmektedir (Klitina and Nahaylo, 2022).

Propagandistlerden öne çıkan biri Vladimir Solovyov’dur. Solovyov, Rossiya 1 TV kanalında “Vladimir Solovyov ile Bir Akşam” siyasi talk show’un sunuculuğu yapmaktadır. Bu talk show dışında Vladimir Solovyov, içeriği benzer olan “Moskova-Kremlin-Putin” ve “Kim karşı?” adlı programlarının sunucusudur. Solovyov kendi programlarında genellikle bir moderatör rolünü üstlenmektedir ve/veya resmi Kremlin anlatısına uygun konularda tartışmalar düzenleyen entelektüel bir kişi olarak görünmeye çalışmaktadır. Solovyov, 14 Mart 2022 tarihinde kendi talk show’unda Rusya-Ukrayna savaşı konusunu ele alarak “Ukrayna’da duracağımızı düşünüyorsanız, 300 kez düşünün. Ukrayna’nın Rusya Federasyonu’nun stratejik güvenliğini sağlamada sadece bir ara aşama olduğunu hatırlatmama izin verin.” diye beyan etmiştir. (Klitina and Nahaylo, 2022; Website of the Republic of Poland, 2022).

Farklı dünya ülkeleri tarafından hem Kremlin medyasına, hem belirlenen propagandistlere uygulanan yasaklar ve yaptırımlar enformasyon savaşında bu kişilerin önemi vurgulamaktadır. Özellikle, 24 Şubat 2022 yılında Rusya’nın Ukrayna’ya büyük bir çaplı istilaya başlamasından sonra birçok propagandiste karşı Avrupa ülkeleri tarafından yaptırımlar uygulanmaya başlamıştır. Mesela, Büyük Britanya’nın uyguladığı yaptırım

listesinde Sputnik şef editörü Anton Anisimov ismi vardır (Mussa, 2022). “Hükümet propagandasının ana figürü” olarak tanıtılan Margarita Simonyan, Avrupa Birliği’nin yaptırım listesine girmiştir (Goujard and Barigazzi, 2022). Dmitri Kiselyov ise Mart 2014 yılından beri Avrupa Birliği’nin yaptırımlarının altında bulunmaktadır (RIA Novosti, 2017). Mart 2022’de YouTube, “Kyiv’de sivil hedefler de dahil olmak üzere daha fazla bombalamayı teşvik eden” içerik nedeniyle şirketin “şiddete teşvik” kurallarını ihlal ettiği için Vladimir Solovyov’un kanallarını engellemiştir. Birleşik Krallık ve Avrupa Birliği, Solovyov’a Ukrayna’nın toprak bütünlüğünü, egemenliğini ve bağımsızlığını tehdit ettiği için yaptırım uygulamıştı. Yaptırım yüzünden İtalya’daki konağını kaybeden Solovyov, kendi programlarından birinde “Bu Demir Perde mi?” sorusunu dile getirerek şikayet etmiştir (Davis, 2022).

Kremlin propagandası için kullanılan medyanın bütçeleri hem hükümet tarafından finanse edilen diğer medya kanallarına göre oldukça şaşırtıcıdır. Aynı zamanda bu bütçe rakamları Kremlin propagandasını son yıllarda nasıl bu kadar yaygın ve kapsamlı olduğuna yanıt vermektedir. Fakat bu medya araçlarının finansal faaliyeti, Batı medya araçlarına göre şeffaf olmadığını vurgulamak gerektir. Propagandist medya, kamu bütçe tabloları veya ayrıntılı yıllık mali raporlar yayınlamamaktadır ve böylece halk belirsiz bilgilere güvenmek zorunda kalmaktadır. Tahminler, Rusya hükümeti tarafından zaman zaman açıklanan rakamların üzerinde kurmaktadır. Fakat Rusya resmi kaynaklarının açıkladığı veriler tam değildir ve sık sık çelişki bilgi içermektedir. Örneğin, RT’nin 2015 bütçesi, web sitesine göre 13.85 milyar rubledir (220 milyon dolar). Ancak, Rus bağımsız medya kuruluşu Dojd TV ile 2015 röportajında Simonyan, o yıl için bütçenin 18 milyar ruble olduğunu söylemiştir. RT web sitesi, 2016 bütçesinin 275 milyon dolar (17 milyar ruble) olduğunu iddia ederken, RT tarafından yayınlanan bir video, 2016 bütçesinin 300 milyon dolar (21 milyar ruble) olduğunu iddia ederek bu bilgilerle çelişmektedir. 2019’da RT, kendi Telegram kanalında RT ve Rossiya Segodnya’nın federal fondan aldığı bütçe 440 milyon dolar olduğunu duyurmuştur, ancak 2019 için resmi federal bütçe sayısı 430 milyon dolardı. Buna karşılık, BBC düzenli bir şekilde yıllık ayrıntılı bir mali rapor yayınlamaktadır. 2019-2020 raporu, maaşlar, harcamalar, performans derecelendirmeleri vb. içermektedir (GEC Special Report, 2022: 10).

3.2. DIŞ POLİTİKA YAPIMI SÜRECİNDE RUS MEDYASININ PROPAGANDA ÖRNEKLERİ

Bu çalışmada yukarıda analiz edilen bilgilere göre Rusya Federasyonu’nun propaganda mekanizması hem medya kanalları, hem hedef kitlesi, hem içerik açısından çeşitlilik

göstermektedir. Propaganda, hangi devlete karşı yönlendirildiğine ve ne amacı izlediğine göre değişebilmektedir. Ayrıca bir devlet aynı anda hedefi farklı olan birçok propaganda mesajlarına maruz kalmaktadır. Birçok durumda bu propaganda tüketici tarafından küçük ya da önemsiz olarak algılanmaktadır. Ama propagandanın sistematik ve değişik olması onu başarılı yapmaktadır. Rusya Federasyonu, kendi dış politikasını yürütürken medyayı nasıl kullandığına ve istediği amaca ulaşip ulaşamadığına dair bazı örnekleri ele alalım. Bu vaka analizi, Rus medyasının propagandası dış politikada ne kadar etkileyici olduğunu gösterecektir.

3.2.1. 2015 Rus Suhoi Su-24 Uçağının Düşürülmesi

24 Kasım 2015 tarihinde Türk Hava Kuvvetleri, Türk hava sahasını ihlal ettiğini iddia ederek bir Rus Su-24 savaş uçağını düşürmüştür. Karşılık olarak, RF Cumhurbaşkanı Vladimir Putin, Rus uçağının Türkiye'ye karşı tehdit oluşturmadığını, Türk F-16 uçakları tarafından vurulduğu sırada Suriye-Türkiye sınırından 1 kilometre uzakta olduğunu ve sınırdan yaklaşık 4 kilometre uzak bir noktaya düştüğünü açıklamıştır. Akabinde Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov, savaş uçağının düşürülmesi nedeniyle 25 Kasım 2015 tarihinde Türkiye'ye yapacağı ziyareti iptal etmiştir. Bu olaydan önce hem siyasi, hem ekonomik, hem turistik açıdan yüksek düzeyde olan ikili ilişkiler güven üzerinde kuruluyordu. Bu olumlu algı, medyada da yansıtılıyordu. Örneğin, Wall Street Journal'a göre, olaydan yıllar önce Rus devlet medyası Türkiye'yi "indirimli bir plaj destinasyonu, sebze ve giyim kaynağı ve Soçi'nin Olimpiyat mekanları da dahil olmak üzere inşaat projelerinde güvenilir bir ortak" olarak tasvir ediyordu (Sonne, 2015). RAND Corporation Publication, uçağın düşürülmesinden birkaç ay önce Sputnik'in Türkçe versiyonundaki yayımlanan makaleleri araştırarak bazılarının Türkiye hakkında olumlu, bazılarının tarafsız yazıldıklarını iddia etmiştir (Costello, 2022). Fakat bu olay ikili ilişkilerin düşüşü sağlamıştır ve bu düşüş medyaya yansıtılmıştır. Uçağın düşürülmesinden önce Rus medyasında Türkiye hakkında olumlu haber sayısı ayda 500 iken bu olaydan sonra Kasım ayının son haftasında Türkiye hakkında olumsuz haberin sayısı 322 idi, Aralık'ta ise bu sayı 487'ye çıkmıştır (Dağlı, 2020).

Türkiye'nin özür dilemesini beklediğini iddia eden Kremlin, kendi propagandist medyasında Türkiye'ye karşı enformasyon kampanyasına başlamıştır. RT ve Sputnik medyasında Türkiye'nin petrol ticareti ile IŞİD'i desteklediğine dair makaleler yayımlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın oğlu Necmettin Bilal Erdoğan, Rus medyasının hedefi olmuştur ve IŞİD ile doğrudan karaborsa petrol işine girmekle suçlanmıştır. Hatta Rus medyası Bilal Erdoğan'ın İstanbul'un restoranlarından birinde IŞİD

lideri ile birlikte akşam yemeğini yediğine dair fotoğraf koymuştur (GEC Special Report, 2022: 26-27). Türkiye'ye karşı yönlendirilen enformasyon kampanyası sırasında bazı haberlerin örnekleri:

- 25 Kasım 2015 tarihinde yayımlanan RT'nin "Ankara IŞİD'i savunuyor, Türk yetkililerin petrol ticaretinde finansal çıkarları var - Başbakan Medvedev" haberi;

Şekil 12. RT'nin "Ankara IŞİD'i savunuyor, Türk yetkililerin petrol ticaretinde finansal çıkarları var - Başbakan Medvedev" Haberi



Kaynak: RT (2015) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/323373-ankara-defends-isis-medvedev/> [Erişim 15.09.2022]

- 2 Aralık 2015 tarihli RT'nin "Rusya, IŞİD'in Petrol Ticaretinde Türkiye'nin Rolünün Kanıtını Sunuyor" haberi;

Şekil 13. 2 Aralık 2015 Tarihli RT'nin "Rusya, IŞİD'in Petrol Ticaretinde Türkiye'nin Rolünün Kanıtını Sunuyor" Haberi



Kaynak: RT (2015) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/324263-russia-briefing-isis-funding/> [Erişim 15.09.2022]

- 2 Aralık 2015 tarihili RT'nin "Rusya, Türkiye'nin Erdoğan ve Ailesinin Yasadışı IŞİD Petrol Ticaretine Dahil Olduğunu Söylüyor" haberi;

Şekil 14. 2 Aralık 2015 Tarihli RT'nin "Rusya, Türkiye'nin Erdoğan ve Ailesinin Yasadışı IŞİD Petrol Ticaretine Dahil Olduğunu Söylüyor" Haberi



Kaynak: RT (2015) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/324368-turkey-erdogan-isis-oil-trade/> [Erişim 15.09.2022]

- 25 Şubat 2016 Tarihli RT'nin "Türkiye ve Suudi Arabistan Desteklemeseydi IŞİD'i Yenmek Kolay Olurdu - Esad'ın danışmanı RT'ye" haberi

Şekil 15. 25 Şubat 2016 Tarihli RT'nin "Türkiye ve Suudi Arabistan Desteklemeseydi IŞİD'i Yenmek Kolay Olurdu - Esad'ın danışmanı RT'ye" Haberi



Kaynak: RT (2016) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/333537-isis-turkey-saudi-support/> [Erişim 15.09.2022]

2015'ten 2019'a Rus dijital bilgi operasyonlarının Türkiye'deki etkisini araştıran H.Akın Ünver'e göre bu anlatı, "hem Türkiye'nin hem de NATO müttefiklerinin dikkatini bir Rus jetinin Türk hava sahasına girdiği gerçeğinden uzaklaştırmayı" ve "Türkiye'nin İslam Devleti'ne yönelik politikası konusunda Ankara ile diğer NATO başkentleri arasında bir uçurum yaratmayı" amaçlamıştır (Ünver, 2019: 14-20).

Bu enformasyon savaşının başka önemli alıntı ise, Türkiye'nin tehlikeli bir ülke olduğuna ve Erdoğan'ın kurduğu rejimin bir faşist rejim olduğuna dair iddiaları ile alakalıdır. Böylece RF, Rus turistlerin Türkiye tatil paketlerinin iptalinden dolayı zaten zarar gören Türkiye'nin turizm sektörünün çöküşünü sağlamaya çalışmıştır. Bu anlatı hem potansiyel Rus turistlerini, hem potansiyel Avrupa turistlerini korkutmak için uydurulmuştur. Bu anlatıyı kullanan haberler şöyledir:

- 2 Ocak 2016 Tarihli Sputnik'in "Gerçek Renkler: Erdoğan'ın Hitler Hükümetine Hayranlığının Nedeni" haberi;

Şekil 16. 2 Ocak 2016 tarihli Sputnik'in “Gerçek Renkler: Erdoğan’ın Hitler Hükümetine Hayranlığının Nedeni” Haberi



Kaynak: Sputnik (2016) (Çevrimiçi) <https://sputniknews.com/20160102/turkey-erdogan-power-control-1032607006.html> [Erişim 15.09.2022]

- 20 Nisan 2016 tarihli Sputnik'in “Eski CIA Yetkilileri: Erdoğan Suç İzlerini Medyayı Hedefleyerek Kapatıyor” haberi.

Şekil 17. 20 Nisan 2016 Tarihli Sputnik'in “Eski CIA Yetkilileri: Erdoğan Suç İzlerini Medyayı Hedefleyerek Kapatıyor” Haberi



Kaynak: Sputnik (2016) (Çevrimiçi) <https://sputniknews.com/20160420/erdogan-dictator-sputnik-authoritarian-turkey-1038353212.html> [Erişim 15.09.2022]

Hem birinci, hem ikinci durumda Rus medyası *transfer* propaganda oluşturma tekniğini kullanmıştır. IŞİD’in ve Hitler’in itibarını Erdoğan ve onun ailesine transfer ederek halkın onlar hakkında olan algısını bozmaya çalışmıştır. Medya, IŞİD-Bilal Erdoğan ve Hitler-Recep Tayyip Erdoğan bağlantısını kurarak bir kurum ve/veya birey hakkında oluşturulan algısını istediği hedeflere uygulamışlardır.

Türkiye-Rusya ikili ilişkilerinde bu dönem Rusya Türk malı ürünlerin ithalatında kısıtlama, Türk vatandaşlarının Rus şirketlerinde işe alımında kısıtlama, Türklerin Rusya'ya vizesiz girişinin askıya alınması gibi olaylarla devam etmiştir. İki devlet arasındaki gerginlik Ağustos 2016 tarihli St.Petersburg zirvesi sırasında Recep Tayyip Erdoğan'ın Vladimir Putin ile görüşmesiyle sona ermiştir. Bu görüşmeden sonra Türkiye'ya karşı yönlendirilen enformasyon kampanyası bitmiştir (GEC Special Report, 2022: 26-27).

3.2.2. 2017 Fransa Cumhurbaşkanlığı Seçimi ve Sarı Yelekliler Hareketi

2017 yılında iki tur şeklinde gerçekleşen Fransa Cumhurbaşkanlığı seçimi, Fransa için daha önceki seçimlere göre oldukça değişti. İlk olarak, Fransa'nın siyasal hayatında iktidarın sağcıların ellerinden solcuların ellerine geçmesi gelenek haline gelmiştir. Fakat bu defa asıl mücadele iyi bilinen ve iktidar tecrübesi olan Cumhuriyetçiler ile Sosyalist Partileri arasında değildi. 7 Mayıs 2017 tarihinde gerçekleşen ikinci tura hiç bir zaman seçimle elde edilen görev yapmayan eski Fransa Ekonomi, Sanayi ve Dijital İşler Bakanı Emmanuel Macron ve sağcıradikal olan ünlü Fransız siyasetçinin kızı Marine Le Pen geçmiştir. Emmanuel Macron, kendi tarafından yeni kurulan En Marche! (Yürüyüş) Partisinin, Marine Le Pen ise Ulusal Birlik milliyetçi partisinin adayları olarak sunulmuştur. Beşinci Cumhuriyetin kuruluşundan sonra seçimde sağ-sol mücadelesi olmaması, bu seçimi ayrı kılmaktadır. İkinci olarak, seçim sırasında sosyal medyanın etkisi Fransa tarihinde hiç bir zaman olmadığı kadar güçlüydü. 39 yaşındaki Macron kendi seçmenlerle Twitter ve Facebook üzerinde doğrudan iletişime geçmiştir (Lapina, 2017: 75). Fransa Cumhurbaşkanlığı seçiminde medyanın ne kadar büyük bir rol oynadığını anlayan Rus medyası “doğru” adayın seçilmesi doğrultusunda kendi propagandist kampanyasına başlamıştır. Batı dünyası olarak isimlendirilen dünya aslında anglo-sakson dünyası olduğunu söyleyen ve NATO'nun politikasını eleştiren Marine Le Pen, Rusya için daha avantajlı bir adaydır. Bu sebeple, Rus medyası Macron ile ilgili sahte haberleri çıkartmaya başlamıştır. Macron'u ABD ajanı ve ABD bankalarının çıkarlarının lobicisi olarak gösteren medya, Rusya ile ayrıcalıklı ortaklık fikrini savunan Le Pen'in cumhurbaşkanı olarak seçilmesi için ellerinden geleni yapmaya çalışmıştır. 4 Şubat 2017 tarihli Sputnik'in “Eski Fransa Ekonomi Bakanı Macron, Bankaların Çıkarlarını Lobi Yapan 'ABD Temsilcisi' Olabilir” haberi Macron'u kirleten iddiaları sunmaktadır.

Şekil 18.4 4 Şubat 2017 tarihli Sputnik’ın “Eski Fransa Ekonomi Bakanı Macron, Bankaların Çıkarlarını Lobi Yapan 'ABD Temsilcisi' Olabilir” Haberi



Kaynak: Sputnik (2017) (Çevrimiçi) <https://sputniknews.com/20170204/macron-us-agent-dhuicq-1050340451.html?fbclid=IwAR2oTf9OT7aHd0fuSoP1xG1H9xoPCZae8zwsDAzOky97RJ-SafRBP1ZDauAw> [Erişim 15.09.2022]

Bu haberde *ad takma* tekniği kullanılmıştır. Halk, ajan olumsuz anlama geldiğini düşünmektedir ve gizli, tehlikeli bir şey olarak algılamaktadır. Bu nedenle, Rus medyası Macron’un imajını düşürmek için bu tekniği kullanmıştır.

2017 Fransa Cumhurbaşkanlığı seçiminin Macron’un kazanmasıyla sonuçladığı için Rus medyasının kendi amaca ulaşamadığını düşünülebilmektedir. Fakat daha önce de bu çalışmada belirlendiği gibi propaganda sistematik olduğu halde başarılı olabilmektedir. *Tekrarlama kuralının* önemini bilen propagandistler kendi faaliyete devam etmişlerdi. Rus medyasının Fransa nüfusunu manipüle etme çabaları ise Sarı Yelekliler Hareketiyle yeni bir ivme kazanmıştır.

Sarı Yelekliler Hareketi, 2018’in başından beri Facebook’ta gelişen toplumsal hareketle ilgilidir. Orada, “Öfke” hareketinin (Colère) aktivistleri, 2018 sonbaharında Sarı yelekliler Hareketinde kullanılan önermeleri dile getirmişlerdi. Yeni toplumsal hareketlerin tipik bir örneği olan “Öfke”, örgütsel yapılar ve tek tip talepler olmaksızın gayri resmi ve apolitik bir harekettir. Dilekçeyi internette imzalayarak ifade edilen sorunların ve kitlesel desteğin formüle edilmesi sonucunda, protesto Fransız şehirlerinin sokaklarına taşınmıştır. Zamanla hareketin destekçileri Belçika, Hollanda, Portekiz, Büyük Britanya ve İsrail’de de aktif hale gelmiştir. Protestocuların talepleri, yerel meselelerle (yani protesto yerlerinde) ilgili olsalar

da, daha genel olarak siyasi elitin kararlarına karşı toplumsal muhalefet olarak tanımlanmıştı. Fransa'da otomobiller için zorunlu olan sarı yelek, protestoların sembolü haline gelmiştir. Paris sokaklarındaki protestolar, akaryakıt vergilerindeki sert artışın hemen ardından 17 Kasım 2018'de başlamıştır. Orta sınıf, kendi arabasını kullanmanın yaşam kalitesinin belirleyicisi olduğunu ve çalışma fırsatı verdiğini düşündüğü için sokaklara çıkmıştır (Piechota, 2022: 118-120). Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un istifası çağrısında bulunan protestocular Kremlin'in kendi hedeflerine ulaşabilmesi için bir araç olmuştur. Rusya'nın Sarı Yelekliler Hareketini tetiklemesine dair farklı teorilerin olmasına rağmen bunu açık ve net bir şekilde ispatlayan veriler yoktur. Ama Kremlin'in Rus medyası vasıtasıyla bu ayaklanmaları ilk günden beri desteklemesine ve yangına körükle gitmesine dair bilgiler vardır. RT France, bir saatlik canlı yayın videoları da dahil olmak üzere Sarı Yelekliler Hareketinin yansıtmasında büyük katkıda bulunmuştur. Sürekli Sarı Yelekliler Hareketinin protestoları canlı yayın olarak gösteren RT France, Fransa'daki Sarı Yelekliler ile ilgili videolarda en çok izlenen kanaldır ve Le Monde, L'Obs, FRANCE 24, Le Figaro ve LeHuffPost'un toplamından (10.9 milyon) iki kattan fazla izlenme (23.1 milyon) elde etmiştir. RT France'nın hakimiyeti, Sarı Yelekliler ile ilgili yüklenen videoların sayısına bakıldığında daha da netleşmektedir. En iyi 500 YouTube sonucu arasında, Rus devlet medyası, ikinci en büyük yayıncıdan (Le Media - 30) 3 kat daha fazla videoya (101) ve kümülatif olarak sonraki 7 kanaldan (100) daha fazla videoya sahiptir. RT France'nın YouTube kanalında Eylül 2018'den bu yana en çok izlenen 20 videodan 18'i Sarı Yelekliler hakkında videolardır. RT'nin protestoları bu kadar desteklediği için minnettar Sarı Yelekliler, bir protestoda "RT'ye teşekkür ederiz! RT'ye teşekkür ederiz!" ("Thank you, RT! Thank you, RT!") diye bağırılmışlardı. RT, medyaya teşekkür eden protestoların videosunu hemen kendi Youtube kanalında yayımlanmıştır (AVAAZ Report, 2019: 20-26).

Şekil 19. Russia Today Kanalında “RT’ye Teşekkür Ederiz! RT’ye Teşekkür Ederiz!” Diye Bağırın Sarı Yeleklilerin Videosu



Kaynak: RT Yotube Channel (2022) (Çevrimiçi)

<https://www.youtube.com/watch?v=5MIU0kIbYKg> [Erişim 20.02.2022]

Sarı Yeleklilerin Hareketinin yayımını sağlamak doğrultusunda çalışan RT, aynı zamanda hareketinin herkes tarafından destek alması ile ilgili bir olgu daha yaratmaya çalışmıştır. Sputnik ve RT, Fransa’nın Pau kasabasında polisin kaskları çıkardığı bir videoyu göstermiştir ve bununla ilgili haber yayınlamıştır. Rus medyası bu eylemi protesto katılımcıları ile dayanışma eylemi olarak yorumlamıştır. Ancak yerel polis ve gazeteciler, polisin kaskları tekrar takmadan önce göstericilerle konuşmak için çıkardığını kaydetmiştir. Polisin “dayanışma” eylemi hakkında RT sitesinde 4 Aralık 2018 tarihinde haber ve video yayımlanmıştır.

Şekil 20. 4 Aralık 2018 Tarihli RT’nin “Fransız Polisi Protestoculara Barış Jesti Olarak Kaskları Çıkardı, Video VİRAL Oldu” Haberi



Kaynak: RT (2018) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/445499-france-police-helmets-solidarity-protesters/> [Erişim 15.09.2022]

Sarı Yelekliler Hareketinin çok kalabalık ve herkes tarafından desteklenen bir hareket olduğunu göstermeye çalışan Rus medyası, bu defa *herkes yapıyor* tekniğini kullanmışlardı. Rus medyası, herkes tarafından desteklenen hareketin imajı ile tüketiciye “siz de destekleyin” çağrısında bulunmuştur.

Fransa ve genelde Avrupa Birliği’nin içerisinde gerginliği ve toplumsal kutuplaşmayı yaratmak adına kullanılan Sarı Yelekliler Rus medyası için bir araç olmuştur. Ayrıca Macron politikasından memnun kalmayanların gösterilmesi diğer Fransa siyasetçilerinin nüfus arasında popülarite kazanması için kullanılmıştır. Özellikle bu durum doğrudan Rusya tarafından finanse edilmekle suçlanan Ulusal Cephe Partisi ve onun lideri Marine Le Pen için geçerlidir (Le Monde, 2022). Kremlin, propaganda sayesinde Rus yanlısı partilerin iktidara gelmesini sağlamaya çalışmaktadır. Bu amaca ulaşılmasının sırf medya sayesinde mümkün olmadığı kuşkusuz, ama kapsamlı ve sistematik dış politikası ve doğru iç şartları bunu gerçek yapabilmektedir. Marine Le Pen’in son cumhurbaşkanlığı seçiminde tekrar ikinci olması ve oy oranının daha yüksek olması bunun etkisi olarak algılanabilmektedir.

3.2.3. Rusya-Ukrayna Savaşında Neo-Nazi Anlatısı

2014 yılında meydana gelen Rusya’nın Kırım’ı ilhakından ve hemen onun ardından doğu Ukrayna’nın Donbas bölgesinde ortaya çıkan savaştan sonra Rusya, Ukrayna’ya karşı sadece askeri savaşa değil, enformasyon savaşına başlatmıştır. Bu tarz hibrit savaş 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan RF’nun Ukrayna’ya geniş bir çaplı istilasıyla yeni ivme kazanmıştır. Ukrayna’nın, eski Sovyet ülkesi olarak her zaman Rus medyasının etkisi üzerinde maruz kaldığını vurgulanmak gerektir. “Kardeş milletleri” ve “ortak tarih” anlatıları Ukrayna’nın 1991 yılında bağımsızlığını kazanmasından itibaren aktif bir şekilde kullanılmıştır. Ayrıca Rus medya sektörü, uzun zamandır birçok post-Sovyet ülkelerindeki gibi Ukrayna’da da hükmetmiştir ve Rusya’nın anlatıları halk arasında gayet yaygındı. Fakat dış politika ilişkilerinde iki ülke arasında bir kriz ortaya çıktığında bu “arkadaş canlısı” anlatıları yerine Ukrayna’yı kirleten anlatıları geliyordu. Örneğin, 2008-2009 Rusya-Ukrayna doğal gaz çatışması sırasında Rus medyası, Ukrayna’yı ve Ukraynalıları nankör olan ve Rusya’nın iyiliğini kendi çıkarları için kullanan bir devlet ve millet olarak göstermiştir. Tabii ki, ikili ilişkilerinin düzelmesinden sonra bu anlatılar tekrar değişmiştir. Ama ara sıra çıkan bu gerginlikler, 2013 yılına kadar hiç bir zaman bu kadar ciddi ve kapsamlı olmamıştır. 2013-2014 yıllarında yer alan Onur Devrimi iki ülke arasındaki enformasyon savaşının dönüm noktası olmuştur. Ukrayna’nın Avrupa-Atlantik yolunu destekleyen ve Rusya yanlısı Ukrayna Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç’e karşı çıkan protestocular, Rus medyası

tarafından farşıstlikle suçlanmıştır (Dağlı, 2020). Hem Ukrayna içerisinde gerginlik yaratmak, hem diğer dünya ülkelerin gözlerinde Ukrayna'yı karalamak doğrultusunda yürütülen propaganda, neo-Nazi anlatısını o zaman uydurmuştur. Sonraki Kırım'ın ilhak edilmesi ve Donbas savaşının neticesinde Ukrayna, Rusya'nın etkisinden çıkmıştır ve Rusya'nın gözlerinde onun düşmanı olmuştur. Bu nedenle, neo-Nazi anlatısı ile birlikte Ukrayna hakkında diğer sahte haberlerin üretimi sistematik olmuştur. Ukrayna'ya karşı yürütülen bu enformasyon kampanyası hem iç tüketici, hem dış tüketiciyi kapsamaktadır. Rusya vatandaşlarına yönlendirilen bu kampanya Ukrayna'ya karşı nefret ve intikam duygularını yaratmak için yürütülmektedir. Ayrıca Rus medyası sahte haberleri uydurarak halkın gözlerinde Kremlin'in yaptıklarını aklamaktadır. Dış tüketiciye yönlendirilen propaganda ise, hem Rusya'nın Ukrayna'ya karşı yaptıklarını adil göstermeye çalışmaktadır. Hem Ukrayna'nın imajının düşürmesinin sonucunda diğer dünya ülkelerin yardımının azaltmasını sağlamaktadır. Rusya-Ukrayna savaşı ile ilgili propaganda çeşitlilik göstermektedir ve birçok alan kapsamaktadır. 2013-2022 yılların arasında üretilen propagandist anlatıların sayısı çoktur. Ama bu çalışmada sadece bir anlatı örnek olarak analiz edilmektedir. Enformasyon savaşı boyunca en kalıcı ve etkili olan anlatı, neo-Nazi anlatısıdır. Neo-Nazi anlatısı, *ad takma* propaganda oluşturma tekniğini kullanmaktadır. Nazi kelimesi olumsuz anlamı taşıdığı için insanların kafalarında en kötü şeyleri canlandırmaktadır. Nasyonal sosyalizmin ideolojisini bilmeyenler bile bunun çok kötü bir şey olduğunu kesin bilmektedir. Bu teknik ile yola çıkarak, Rus medyası Nazi etiketini hem sıradan Ukraynalıların, hem siyasi liderlerin, hem savaşan askerlerin üzerine koymaktadır. Neo-Nazi anlatısı içeren Rus medyasının haberlerinin örnekleri şöyledir:

- 15 Ekim 2014 tarihli RT'nin "Nazi gibi yürüyor ve Nazi gibi vaklıyorsa, aşırı sağdır" haberi;

Şekil 21. 15 Ekim 2014 Tarihli RT’nin “Nazi Gibi Yürüyor ve Nazi Gibi Vaklıyorsa, Aşırı Sağdır” Haberi



Kaynak: RT (2014) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/op-ed/196232-ukraine-media-nazi-right-western/> [Erişim 15.09.2022]

- 6 Eylül 2019 tarihli Sputnik Türkiye’nin “Ukraynalı Naziler: Kimler, neden bu kadar nüfuza sahipler ve niçin Batı basını onları görmezden geliyor?” haberi;

Şekil 22. 6 Eylül 2019 Tarihli Sputnik Türkiye’nin “Ukraynalı Naziler: Kimler, Neden Bu Kadar Nüfuza Sahipler ve Niçin Batı Basını Onları Görmezden Geliyor?” Haberi



Kaynak: Sputnik (2019) (Çevrimiçi) <https://tr.sputniknews.com/20190906/ukraynali-naziler-kimler-neden-bu-kadar-nufuza-sahipler-ve-nicin-bati-basini-onlari-gormezden-1040107285.html> [Erişim 15.09.2022]

- 1 Mayıs 2021 tarihli RT'nin "Batı, Kyiv'de 2. Dünya Savaşı Nazi 'SS'sini onurlandıran yürüyüşe göz yumdu: Ukrayna faşist bir devlet olmayabilir, ancak faşizm sorunu var" haberi;

Şekil 23. 1 Mayıs 2021 Tarihli RT'nin "Batı, Kyiv'de 2. Dünya Savaşı Nazi 'SS'sini Onurlandıran Yürüyüşe Göz Yumdu: Ukrayna Faşist Bir Devlet Olmayabilir, Ancak Faşizm Sorunu Var" Haberi



Kaynak: RT (2021) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/russia/522555-ukraine-politics-nazi-past/> [Erişim 15.09.2022]

- 31 Mayıs 2022 tarihli RT'nin "Ukrayna'nın Azov Taburu neo-Nazi amblemini değiştirdi – medya" haberi;

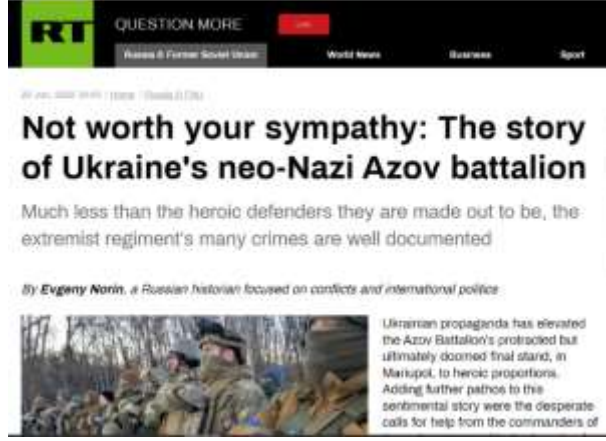
Şekil 24. 31 Mayıs 2022 Tarihli RT'nin "Ukrayna'nın Azov Taburu Neo-Nazi Amblemini Değiştirdi – Medya" Haberi



Kaynak: RT (2022) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/556379-azov-batallion-nazi-insignia/> [Erişim 15.09.2022]

- 22 Haziran 2022 tarihli RT'nin "Sempatimize değmez: Ukrayna'nın neo-Nazi Azov Taburunun hikayesi" haberi;

Şekil 25. 22 Haziran 2022 Tarihli RT'nin "Sempatimize Değmez: Ukrayna'nın Neo-Nazi Azov Taburunun Hikayesi" Haberi



Kaynak: RT (2022) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/russia/557589-azov-battalion-documented-crimes/> [Erişim 15.09.2022]

- 25 Haziran 2022 tarihli RT'nin "Ukrayna'nın neo-Nazi Azov Taburu 'devlet içinde devlet' kurdu ve hem Rusya'yı hem de liberal Batı'yı hor görüyor" haberi.

Şekil 26. 25 Haziran 2022 Tarihli RT'nin "Ukrayna'nın Neo-Nazi Azov Taburu 'Devlet İçinde Devlet' Kurdu ve Hem Rusya'yı Hem de Liberal Batı'yı Hor Görüyor" Haberi



Kaynak: RT (2022) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/russia/557743-neo-nazi-regiment-azov-ideology/> [Erişim 15.09.2022]

Sunulan haberlere bakarsak birçok haber Ukrayna Ulusal Muhafızlarına bağlı olan Azov Taburu ile ilgili olduğunu göreceğiz. Batı kitleyi korkutmak adına kullanılan Azov Taburu,

Ukraynalıların neo-Nazi olduğunu ıspatlamak doğrultusunda propagandanın uydurduğu en önemli araçtır. Herhangi bir dezenformasyon kampanyasında olduğu gibi, Nazi “Azov” imajının inşasında da bazı gerçekler vardır, ancak çoğunluğu manipülasyonlar ve sahtekarlardır. Azov Taburu, ilkbahar 2014 yılında Rusya’nın Donbas’ta savaşına başlamasından sonra kurulmuştur. O sırada düzenli ordu, önceki Rus yanlısı hükümet tarafından ihmal edilmesi nedeniyle çok kötü durumdaydı. Bu nedenle, Onur Devrimi’nin aktivistleri Ukrayna’yı savunmak için gönüllüler olarak çağırılmıştır. “Donbas”, “Aidar”, “Dnipro-1” ve “Sağ Sektör” gibi taburlar kurulmuştur. Bunlardan biri olan Azov Taburu, Harkiv futbol takımı “Metalist”in taraftarları, “Avtomaydan”ın aktivistleri ve Harkiv’in aşırı sağ hareketlerinin üyelerinden oluşturulmuştur. Azov Taburunun başına sağ aktivist Andriy Biletskiy geçmiştir. Andriy Biletskiy’in “Beyaz önder” lakabının olduğuna dair Rus haberleri, Kremlin gözlerinde onun neo-Nazi olduğunu ıspatlamaktadır. Fakat Andriy Biletskiy’in gerçek lakabı “Bilıy” yani beyaz onun soyisminden gelmektedir. Ayrıca Biletskiy, 2014 yılında Azov’dan ayrılmıştır. Çünkü milletvekili olmak istemiştir. Fakat onu kendi listesine alan parti, parti lideri Arseniy Yatsenyuk’a sağcı radikallerin listeye dahil edilmemesi talebiyle insan hakları savunucuları ve uzmanları tarafından yazılan açık bir mektuptan sonra Biletskiy’i listesinden çıkarmıştır. Azov sembolü, yani “wolfsangel” (kurt kancası, kurtları yakalamak için bir ortaçağ aracını yeniden üreten runik bir semboldür), Naziler tarafından bazı modifikasyonlarda kullanılmıştır ve hala sağcı radikaller arasında popülerdir. Ancak onu kullanan Ukraynalı kuruluşlar, onu N ve I yani Ukraynaca natsionalna ideya kelimelerinden gelen (“ulusal fikir”) harflerinin birleşimi olarak görmektedir. Azov Taburu, bu yıllar içerisinde kuruluş olarak birçok değişik yaşamıştır ve onun başına yeni insanlar gelmiştir. Ayrıca Şubat 2022 yılından sonra bu yana kendi vatanını korumak için kurulaşa birçok yeni kişi gelmiştir ve şu an Rusya-Ukrayna savaşında önemli rol oynamaktadır (Sklyarevska, 2022).

3.2.4. Batı Balkanlar’ın Avrupa-Atlantik Entegrasyonu

Balkanlar, her zaman sıcak denizlere inme politikasını izleyen Rusya için büyük jeopolitik önemi taşıyan bir bölgedir. Balkan Yarımadası, yüzyıllar boyunca önce Rus İmparatorluğu’nun, sonra ise, Yugoslavya gibi sosyalist devletler olarak SSCB’nin etkisi altında kalmıştır. 2000 yılında RF’nun Devlet Başkanı olarak seçilen Vladimir Putin, bu bölgede Rusya’nın rolünü restore etmek doğrultusunda Rusya’nın Balkan bölgesinin politikasını gözden geçirerek harekete geçmiştir. Bu anlamda Balkanlar’ın Avrupa-Atlantik entegrasyonu, Rusya’nın siyasi çıkarları için tehdit oluşturmaktadır. Rusya için son derece önemli olan Batı Balkanlar (Arnavutluk, Sırbistan, Karadağ, Kuzey Makedonya, Bosna

Hersek ve Kosova) 2000'lerin başında Avrupa Birliği ve NATO üyesi olma çabalarını sarf etmeye başlamıştır. Batı Balkan ülkelerinin bu doğrultusunda görünür ilerlemesi, Rusya için kendi etkinin azalması anlamına gelmektedir. Arnavutluk, Karadağ, Kuzey Makedonya ve Sırbistan AB'nin aday statüsüne, Bosna Hersek ve Kosova ise potansiyel aday statüsüne sahiptir. NATO konusunda Batı Balkan devletlerinin daha da başarılı olduğunu söyleyebiliriz. 2009'da Arnavutluk, 2017'de Karadağ ve 2020'de Kuzey Makedonya NATO üyeleri olmuştur. Rusya, NATO'nun Batı Balkanlara genişlemesi olumsuz olarak karşılamaktadır ve Balkanların Avrupa-Atlantik entegrasyonunun yavaşlaması ve/veya engellemesi kendi için hedef olarak koymuştur. Bu doğrultusunda Kremlin dezenformasyon kampanyasına başlamıştır. Kremlin, bölgenin demokratik kırılganlığından, çatışma sonrası gerilimlerden ve Batı'ya yönelik eski kızgınlıklardan yararlanmaktadır. Batı Balkanlar'daki koşullara ek olarak, 2014 yılında Kırım'ın ilhakı ve bunun sonucunda Rusya'ya AB ve ABD tarafından uygulanan yaptırımlar, Kremlin'in karşı stratejisi için bir fırsat sunmuştur. Batı'nın yaptırımları doğrultusunda ortaya çıkan Rus dezenformasyon kampanyalarının Batı Balkanlar'da iki amacı vardı: AB ve ABD'nin değerlerini ve algılarını baltalamak ve bölge ülkelerinin Trans-Atlantik kurumlarına girmesini geciktirmektir. Kremlin'in bu amaçlara ulaşabilmesinde Sırbistan ayrı yer tutmaktadır. Ortodoks Kilisesi ve Slav kimliği aracılığıyla Rusya'ya bağlı olan Sırbistan Kremlin'in propagandasına en çok maruz kalmaktadır. Ek olarak, Sırbistan, RF'nun başka Batı Balkan ülkelerine erişmesi için kullanılmaktadır. Rusya, yalnızca güçlü siyasi bağlardan değil, Sırbistan'da bozulan basın özgürlüğünden de yararlanmaktadır. Örneğin, Sputnik, Belgrad'daki bölgesel üssünden Batı Balkanlar'a AB ve NATO karşıtı dezenformasyon yayınlamaktadır. Rusya'nın Sputnik'i Sırbistan'da stratejik olarak konumlandırması ve Sırp dilinde içerik üretmesi bölgeye daha kolay erişim sağlamaktadır. Dahası, Sırp dili Bosna-Hersek'te, Kosova'nın bazı bölgelerinde, Karadağ'da ve hatta Kuzey Makedonya'da kolayca anlaşılmaktadır. Haber ve sosyal medya içeriği genellikle sınırları aşarak altı ulusun zayıf noktalarından yararlanmaktadır. Sputnik Sırbistan tarafından yayınlanan en belirgin anlatılar, AB ve NATO'nun zayıf, parçalanmış, hegemonik ve saldırgan olduğu yönündedir. Bu, bölgede AB ve NATO entegrasyonunu ilerletmek için bir zorluk teşkil edebilmektedir. Sputnik dışında Rusya bütün propagandist cephaneliğini kullanmaktadır (Jevtić, 2021). Kremlin propagandistlerinin kullandığı anlatılarını belirtmek için bazı haber örneklerine bakalım. Bunlar:

- 9 Nisan 2017 tarihli Sputnik'in "ÖZEL. Vučić: Sırbistan, NATO Saldırganlığının Kurbanları İçin Bir Anıt İnşa Ediyor" haberi;

Şekil 27.9 Nisan 2017 Tarihli Sputnik'in “ÖZEL. Vučić: Sırbistan, NATO Saldırganlığının Kurbanları İçin Bir Anıt İnşa Ediyor” Haberi



Kaynak: Sputnik (2017) (Çevrimiçi)

<https://rs.sputniknews.com/analyze/201704091110641439-nato-agresija-srbija-bombardovanje-spomenik-1234-aBcd-1-3/> [Erişim 15.09.2022]

- 16 Şubat 2018 tarihli RT'in “Kosova: On yıllık bir bağımlılık” haberi;

Şekil 28. 16 Şubat 2018 Tarihli RT'in “Kosova: On Yıllık bir Bağımlılık” Haberi



Kaynak: RT (2018) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/op-ed/419064-kosovo-independence-anniversary-state/> [Erişim 15.09.2022]

- 30 Ağustos 2019 tarihli RT'nin “Kosova için vizeler mi? Sırbistan için ticaret yok mu? AB hala 1999 yılındaki gibi davranıyor” haberi;

Şekil 29. 30 Ağustos 2019 Tarihli RT’nin “Kosova İçin Vizeler Mi? Sırbistan İçin Ticaret Yok Mu? AB Hala 1999 Yılındaki Gibi Davranıyor” Haberi



Kaynak: RT (2019) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/op-ed/467652-kosovo-serbia-eu-visas-trade/> [Erişim 15.09.2022]

Batı Balkanlarda böl ve yönet politikasını izleyen Rusya, bunu kendi medyasına da yansıtmaktadır. Yukarıda belirlenen birinci haber, Sırbistan’ın, NATO saldırganlığının kurbanları için bir anıt inşa edeceğini açıklamaktadır. Rus medyası, böylece bölgenin tarihsel sorunlarına vurgu yaparak önüne çıkarmaktadır. Bu haber Rus propagandasına yaradığı için burada *büyütme*, *şişirme kuralı* aslında kullanılmaktadır. Çünkü gerçekte böyle bir anıtın inşa etmesinin teklifi Sputnik Sırbistan tarafından sunulmuştur ve Sırbistan Devlet Başkanı Aleksandar Vučić ve Sırp Patriği tarafından bu inisiyatif sadece övülmüştür. Rus medyası ise, abartarak bunun kesin bir karar olduğunu anlatmaktadır. İkinci haberde de aynı kural kullanılmaktadır. Kosova’nın kuruluşunun onun yıldönümünü anlatan bu haber, abartarak Kosova’nın tamamen ABD’ye bağlı olduğunu ve gerçekte hiç bir bağımsızlığını kazanmayıp ancak bölgede tansiyonu arttığını iddia etmektedir. Bu haberi uyduran propagandistlerin amacı ABD’den iyilik gelmediğini, Amerika’ya ve tabii ki NATO’ya güvenmemek gerektiğini, onların ancak kendi çıkarları peşinde olduğunu ve bölgede gerçek istikrarsızlığın nedeni Batılıların olduğunu Batı Balkan ülkelerine anlatmaktadır. Üçüncü haberin amacı ise, tekrar okuyucuların gözlerinin önüne bölgesel zayıflarını çıkartarak AB’nin iki yüzlü davradığını sunmaktadır. Yugoslav savaşları, aslında Batı Balkan bölgesinde yaşayan insanların ciddi kişisel psikolojik dramasının olduğunu bilen Rus medyası, insanların bu hisleri kullanarak ülkeler arasında güvensizliği ve AB ile ilgili şüphe kıvılcımları yaratmaya çalışmaktadır.

Propagandistler, bu tarz haberleri üreterek bölgede halklar arasında kaos yaratmaya ve Avrupa-Atlantik entegrasyonuna karşı olumsuz duygularını uyandırmaya çalışmaktadır.

3.2.5. 2016 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık Seçimi

8 Kasım 2016 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimi düzenlenmiştir. Bu seçimde Demokratik Parti'nin adayı Hillary Clinton ve Cumhuriyetçi Parti'nin adayı Donald Trump'tı. Seçimin sonucunda Donald Trump'ın Hillary Clinton'dan yaklaşık 3 milyon oy geride kalmasına rağmen, Amerika'nın seçiciler heyeti metoduna göre başkanlığa seçilmiştir. Hem seçim süresinde, hem seçiminden sonrası Rusya'nın ABD seçimine müdahale ettiğine dair iddialar vardı. 6 Ocak 2017 tarihli Amerika Birleşik Devletleri İstihbarat Topluluğu'nun raporunda 2016 Başkanlık seçiminde RF'nun rolü ispatlanmıştır. Federal Soruşturma Bürosu ve Ulusal Güvenlik Ajansı buna katılmıştır. İddialara göre, Putin'in ABD seçiminde ulaşmak istediği amaç Donald Trump'ın seçilmesidir. Bu doğrultusunda Rus medyası büyük ihtimalle onun en büyük ve başarılı propaganda kampanyasına başlamıştır. Putin'in Clinton'u itibarsızlaştırmak isteği büyük olasılıkla Clinton'un 2011'de ve 2012'de Putin'in rejimine karşı yapılan protestoların desteklemesinden kaynaklıdır. Genelde yıllar boyunca hem Putin Clinton'u, hem Clinton Putin'i açık olarak eleştirmiştir. Ayrıca Moskova Trump'ın seçilmesini IŞİD'e karşı uluslararası bir terörle mücadele koalisyonu kurmanın bir yolu olarak görmüştür. Ek olarak, Putin, Rusya'da ticari çıkarları olan Batılı siyasi liderleri ile olumlu çalışma deneyimine sahiptir. Eski İtalya Başbakanı Silvio Berlusconi ve eski Almanya Şansölyesi Gerhard Schroeder bunun iyi örnekleridir. Bu nedenlerle, Trump adaylığı Kremlin için daha cazipti. Haziran ayından itibaren ABD seçimi hakkında yorumlarda bulunan Putin, Trump'ı doğrudan övmekten kaçınıyordu. Büyük ihtimalle Putin'in Trump'ı övmesi Amerika toplumunda ters etkisinin provoke edilebilir diye Putin Trump adaylığını açıkça övmemiştir. Ama RF Cumhurbaşkanı ABD seçimi hakkında açıklamalarında Clinton'un "saldırgan söylemini" kınıyordu. Bunun dışında RF yetkilileri ABD seçimi sürecini "haksız" olduğunu söyleyerek eleştiriyordu. Fakat Donald Trump'ın kazanmasından sonra Kremlin bu taz eleştirilerde bir daha bulunmamıştır (GEC Special Report, 2017).

Kremlin, kendi en önemli propaganda araçları olan Russia Today ve Sputnik dezenformasyon kampanyasında kullanmıştır. Propaganda araçları kendi dezenformasyon kampanyasında iki ana hedef koymuştur. Bunlar: Amerikalıların gözlerinde Hillary Clinton'un imajını düşürmek ve genel anlamda hem Amerika'da, hem bütün dünyada ABD seçiminin demokratik ve şeffaf olmadığını göstermekti. Bu amaçlara ulaşmak adına Ruslar, Demokratik Ulusal Komite'nin

e-posta sistemlerini hacklemişlerdi ve Internette ve radyo dalgalarında sahte haberlerin yayılmasını içeren yaygın bir dezenformasyon kampanyası yürütmüşlerdi. RT, ABD başkanlık kampanyası boyunca sürekli olarak Hillary Clinton ile ilgili haberlerde sızdırılan e-postalarına odaklandığı ve onu yolsuzluk, kötü fiziksel ve zihinsel sağlık ve İslami aşırıcılıkla bağları ile suçlamışlardı (The New York Times, 2017). Bu fikri ısıpatlayan o dönemki haberlere bakalım. Bunlar:

- 20 Ekim 2016 tarihli RT'nin "Clinton ve DNC, seçim komisyonu şikayetinde dolandırıcılık ve finans ihlalleriyle suçlandı" haberi;

Şekil 30. 20 Ekim 2016 Tarihli RT'nin "Clinton ve DNC, Seçim Komisyonu Şikayetinde Dolandırıcılık ve Finans İhlalleriyle Suçlandı" Haberi



Kaynak: RT (2016) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/usa/363541-clinton-dnc-fec-complaint/> [Erişim 15.09.2022]

- 22 Ekim 2016 tarihli RT'nin "Çoğu Amerikalı, Hillary'nin e-posta skandalı için suçlanmasını istiyor – anket" haberi.

Şekil 31. 22 Ekim 2016 Tarihli RT’nin “Çoğu Amerikalı, Hillary’nin E-posta Skandalı İçin Suçlanmasını İstiyor – Anket” Haberi



Kaynak: RT (2016) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/usa/363759-hillary-emails-indicted-poll/> [Erişim 15.09.2022]

Birinci haber okuyucunun ABD seçiminin şeffaflığından şüphelenmesini ve seçmenin Clinton’a karşı güvensizlik duygusunun yaratılmasını sağlamaktadır. İkinci haberde ise *herkes yapıyor* propaganda oluşturma tekniği kullanılmaktadır. Bu haber, anketin sonucuna göre çoğu böyle düşünüyorsa, “ya ben neden de öyle düşünmeyeyim?” sorusunu okuyucunun kafasında oluşturmaktadır ve bireyin bir topluma ait olma psikolojik ihtiyacını kullanmaktadır.

Bu dezenformasyon kampanyasının başka dikkat çekici özelliği ise bu kadar aktif ve etkileyici bir şekilde troll fabrikasının kullanımıdır. Facebook, Ocak 2015 ile Ağustos 2017 arasında 470’den fazla farklı hesap aracılığıyla 80.000 yayını Rus şirketi olan Internet Araştırma Ajansı’na bağlı olduğunu açıklamıştır. Aynı zamanda, 2016 seçim döneminde toplam 50.258 Twitter hesabı Rus botlarına (yanlış bilgi paylaşmak üzere programlanmış sahte hesaplara) bağlıydı. Botlar, 2016 ABD başkanlık seçimleriyle ilgili toplam tweet’lerin yaklaşık %19’unu oluşturan 3.8 milyondan fazla tweet’ten sorumludur. Bu botların yaklaşık %80’i, çoğunlukla #donaldtrump, #trump2016, #neverhillary ve #trump Pence16 hashtaglerini kullanarak Donald Trump’ı destekleyecek şekilde davranıyordu (The Conversation, 2020).

Rus medyası aracılığıyla yürütülen bu dezenformasyon kampanyası, Rus propagandasının gücü ile ilgili son derece önemli bir kanıttır. Çünkü bu kampanya Rus medyasının başarıyla sonuçlanmıştır ve Donald Trump ABD'nin 45. Cumhurbaşkanı olmuştur.

3.2.6. 2014 Rusya'nın Kırım'ı İlhakı

24 Şubat 2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'ya geniş çaplı istilasıyla yeni ivme kazanan ve daha kapsamlı olmaya başlayan Rusya-Ukrayna savaşının temelleri aslında 2014 yılında Rusya'nın Kırım'ı ilhakı ile atılmıştır. 2013-2014 yıllarında yer alan Onur Devrimi Rusya'nın Kırım'daki hareketleri için tetikleyici olmuştur. Kyiv, karmaşık bir süreçten geçtiğinde Moskova bu durumdan faydalanmaya karar vermiştir. Rus yanlısı Viktor Yanukoviç Ukrayna Cumhurbaşkanlığı görevinden atılmasından ve Ukrayna'dan Rusya'ya kaçmasından önce 20 Şubat 2014'te Rusya Silahlı Kuvvetleri Kırım Yarımadasının istilasına başlamıştır. 27 Şubat'ta Kırım'ın parlamentosu ve hükümeti Rusların ellerine geçirilmiştir ve binalarda RF bayrağı asılmıştır. Sonraki çatışmaların sonucunda 16 Mart'ta gerçekleşen sözde referandumda Kırım'ın Rusya'ya katılması %93 olumlu yanıt vermiştir. Tüm ilhak süreci ise 21 Mart'ta Putin'in Kırım'ın Rusya'ya katılması ile ilgili olan anlaşmasını imzalamasıyla bitmiştir. Dünyanın sadece birkaç ülkesinin Kırım'ın Rusya'nın bir parçası olarak tanınmasına ve bu bağlamda birçok ülkenin yaptırım uygulamasına rağmen Rusya'nın uluslararası hukuku ihlal etmesine dünya oldukça sert bir tepki vermediğini iddia edilmektedir. Uygulanan yaptırımların yeterli olması durumunda Rusya savaşa devam etmezdi ve daha dikkatli davranırdı. Dünyanın oldukça yumuşak ve sakin tepkisinin nedenlerinden biri ise medyanın etkisidir. Rus medyası hem iç kamuoyu, hem dış kamuoyu istediğine göre şekillendirmek adına ilhak sürecini yakından yansıtıyordu. Kremlin, yaptıklarını aklamak için kendi propagandasında Kırım'ın tarihine dayanmıştır. Kırım'ın tarihsel olarak Rus toprağı olduğu, oradaki yaşayanların çoğu zaten Rus kökenli olduğu ve Kırım Kruşçev tarafından Ukrayna'ya yanlılıkla “hediye edildiği” alıntılar Rus medyasının en çok kullandığı alıntılardır (Kavoğlu, 2020: 98-99). RT bu dönemdeki yayımlanan haberlerin örnekleri:

- 27 Şubat 2014 tarihli RT'nin “Kırım hakkında bilmeniz gereken gerçekler ve kargaşa içinde olduğunun nedenleri” haberi;

Şekil 32. 27 Şubat 2014 Tarihli RT'nin "Kırım Hakkında Bilmeniz Gereken Gerçekler ve Kargasa İçinde Olduğunun Nedenleri" Haberi



Kaynak: RT (2014) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/crimea-facts-protests-politics-945/> [Erişim 15.09.2022]

- 11 Haziran 2014 tarihli RT'nin "Ukrayna 23 yıl önce Kırım'ı ilhak etti - Duma konuşmacısı" haberi.

Şekil 33. 11 Haziran 2014 Tarihli RT'nin "Ukrayna 23 yıl Önce Kırım'ı İlhak Etti - Duma Konuşmacısı" Haberi



Kaynak: RT (2014) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/russia/165300-russia-ukraine--crimea-claims/> [Erişim 15.09.2022]

Bu haberlerde medya Kırım'ın tarihini manipüle etmektedir ve tarih olayları bazı olguları küçümseyerek, bazı ise abartarak okuyucuya sunmaktadır. Kırım ile ilgili olan haberlerde propagandanın *sadeleştirme ve teke indirme kuralı* öne çıkmaktadır. Bu haberler, Kırım'ın tarihsel süreçlerine ve Rus kimliğine vurgu yaparak Kırım'ın uzun tarihini tek basit ve böylece kitle tarafından kolayca anlaşılan bir sonuca varmaktadır. Bu haberlerin okumasından sonra insanların kafalarında tek şey kazılmaktadır “Kırım, tarihsel olarak Rusya'nın toprağıdır ve yanlışlıkla Ukrayna'nın olmuştur”. Aynı tek ve basit mesaj Kırım'ın nüfusu hakkında da insanların akıllarında kalmaktadır “Kırım'da yaşayan insanların çoğu zaten Ruslardır”. Bu iddiaların tamamen yanlış olduğunu söylenmek de mümkün değildir. Çünkü Kırım tarihinin bir sürecinde gerçekten Rusya'ya aitti. Ama Kırım'ın tarihi Rus propagandası gösterdiği kadar basit değildir.

Karadeniz'in merkezinde bulunan ve jeopolitik açıdan her zaman önemli olan Kırım'ın tarihinin belli sürecinde Tavr, Kimmer, İskit, Sarmat, Alan, Got, Milet, Yunan, Roma, Bizans, İtalyan, Hunlar, Göktürkler, Onugurlar, Hazar Türkleri, Peçenekler, Kıpçaklar gibi uygarlıklar ve etnikler yaşamıştır (Kavoğlu, 2020: 101-102). Kırım'ın yazılı tarihinin (9. yüzyıldan günümüze) ancak %6'sı Rus dönemine dayalıdır. 2014 yılından önce Kırım sadece 168 yıl Rus egemenliğinin altındaydı. Asırlık tarihi olan ve ilk başta Yunan toprağı olan Kırım 168 yıllık az bir süreçtir (Chatham House Report, 2021). Mesela, Kırım'ın Giray Hanlığının egemenliğinde kalmakla yaklaşık 350 yıldır. Genel anlamda Altın Orda devletinden başlayarak Kırım uzun süredir Müslümanların toprağıydı. Yüzlerce yıl süren Kırım Hanlığın egemenliği Cenovalı tacirlerle yaşanan sorunlardan dolayı Kırım'ın Osmanlı egemenliğe geçmesiyle bitmiştir. Karadeniz'i kontrol etmek için önemli olan Kırım Rus İmparatorluğu'nun fethetme planlarında birinci sıradaydı. 1774 yılında Rus ile Osmanlı İmparatorluğu arasında imzalanan Küçük Kaynarca Antlaşmasının sonucunda Kırım'a bağımsızlık verilmiştir ve Osmanlı hakimiyeti sona ermiştir. 1783 yılında ise Rusya'nın Kırım'ı ilhakının sonucunda Kırım tamamen Rus İmparatorluğu'nun parçası olmuştur (Kavoğlu, 2020: 101-102). Bu dönemde Kırım'ın etnik kompozisyonunun değişmesine yol açılmıştır ve Rus propagandasının dayandığı diğer alıntı yani Kırım'da yaşayanların çoğu Rus olması, Yarımadasının Ruslaştırılmasıyla başlamıştır. 1783 yılına kadar Kırım monoetnikti ve orada yaşayanların %92 Kırım Tatarlarıydı. Rusların Kırım'a taşınmasının neticesinde 1864 yılında bu oran %50'ye düşmüştür. Bu oranın zamanla düşüşünün nedeni 1783-1944 yılları arasında Kırım Tatarların yaşadığı demografik sorunlardan kaynaklıdır. Birinci 1780-1790'larda yer almıştır ve Rusya'nın Kırım'ı hemen ele geçirmesinden sonra olmuştur. İkinci ise, 1850-1860'lı yıllarda Kırım Savaşının sonucunda yer almıştır. Son ve en büyük olan ise 1944 yılında Kırım Tatarlarının sürgün edilmesi ile alakalıdır

(İllarionov, t.y.). Kırım'ın tarihsel olarak Rusya'nın bir parçası ve Rusların toprağı olması hakkındaki efsane Sovyetler Birliğı'nin zamanında ilk defa ortaya çıkmıştır. Kırım Tatarları Nazi Almanyası ile kolaborasyonizm ile suçlayan Stalin, aslında bu şekilde Boğazlar için çıkabilecek olan Türkiye ile SSCB savaşına hazırlık yapmıştır. Gelecek Sovyet köprü başlarını yani Kafkasya'yı ve Kırım'ı "güvenilmez unsurlardan" temizlenmiştir. Kafkasya'da Kalmuklar, Vaynaklar ve Türk halkları seçici olarak ve Kırım'da neredeyse tüm Slav olmayanlar sınır dışı edilmiştir. Türkiye'nin NATO'ya katılması sebebiyle savaş çıkmamıştır. Ama Kırım'ın etnografik kompozisyonu geri dönülmez değişiklikler yaşanmıştır. %75 oranı ile Kırım'ın en büyük etnik grubu Ruslar olmuştur ve Kırım Özerk Cumhuriyeti statünü kaybedip oblast olmuştur (Gromenko, 2019: 11-13). 1954 yılına kadar oblast olarak Rusya Sovyet Federatif Sosyalist Cumhuriyeti'nin parçası olan Kırım Rus propagandasına göre Ukrayna Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'ne hediye edilmiştir. Fakat Kırım Tatarların yerine Kırım'a taşınmış olan Ruslar bu iklime ve coğrafi koşullara alışık olmadığı için bu toprakta bir şey yetiştirmeyi beceremeyip ekonomik açıdan Kırım'ı çok kötü hale getirmişlerdi. Örnek olarak 1940'ta Kırım'da ekilen toprak miktarı 987.4 bin hektarken 1950'de bu oran neredeyse 100 bin (881.9 bin hektar) düşmüştü. Böylece 1954 yılında Kırım ekonomik bakımdan depresif bir bölgeydi. 1954 yılından yani Kırım'ın Ukrayna'ya "hediye edilmesinden" sonra ise süt üretimi 1953'e göre %69'a, et üretimi %42'ye, sebze üretimi %62'ye, şarap üretimi %104'e ve elektrik üretimi %57'ye artmıştır. 1991 SSCB'nin dağılımıyla Ukrayna bağımsızlığını kazanmıştır ve Kırım Özerk Cumhuriyet statüsü ile bunun parçası olmuştur (Volvach, 2014).

3.2.7. Rusya'nın Müslümanlara Yönelik Propagandası

Rusya Federasyonu, hem etnik, hem dini açıdan çeşitlilik gösteren bir ülke olduğu için Kremlin tarafından yürütülen politika da bu farklı etnik ve dini gruplar arasında denge sağlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda Rusya'da yaşayan Müslümanlar ayrı ilgi göstermektedir. Çünkü Hristiyanlıktan sonra Rusya'nın en yaygın dini İslamdır. Rusya'da Müslümanlar yaklaşık 15 milyon nüfusa ve çoğunluğu Müslüman olan 7 cumhuriyete sahiptir. Başkurdistan, Tataristan, Çeçenistan, İnguşetya, Dağıstan, Kabardey-Balkar ve Karaçay-Çerkes cumhuriyetlerinde Müslüman nüfusu çoğunluktadır. Bu nedenle, çoğu zaman RF'nun yürüttüğü dış politikasının doğruluğunda Müslüman nüfusunu ikna etmek için Rus propagandist medya Rus ve Hristiyan nüfusa uyguladığı yöntemlere göre başka yol bulmaya zorunda kalmaktadır. Ayrıca bu grup cumhuriyetler kendini etnik olarak daha yakın birçok başka ülke bulmaktadır ve bu doğrultusunda dış politikada Rusya'nın bu ülkeler ile işbirliği yapmasını ve yakınlaşmasını talep etmektedir. Örneğin, 2015 yılında uçağın düşürülmesinin sonucunda Rusya-Türkiye ikili ilişkilerin düşüş yaşadığında kendini Türk olarak göre Tataristan nüfusu Rusya'nın Türkiye'ye

uyguladığı yaptırımlar protesto etmiştir. Rus nüfusu ise, tam tersine “Ankara hain” gibi sloganlarla protestoya başlamıştır (Benussi, 2022). Ayrıca Rus medyası Müslümanlara yönelik olan propagandasını sırf RF’da yaşayan Müslümanlar için üretmemektedir. Bu propaganda aynı zamanda Rusya’nın işbirliği yaptığı Müslüman nüfusu olan ülkelere de yönlendirilmektedir. Bu propaganda genelde *ad takma* ve *gösterişli genelleme* tekniklerinin temelinde kurmaktadır. Rus medyası, Batı ülkelerinin Müslümanları düşman olarak gördüğü ve Batı toplumun islamofobik olduğunu abartarak *ad takma* tekniği kullanmaktadır. Diğer taraftan ise bu haberlerde Rusya islamofobik Batının alternatifi ve milyonlarca Müslümanın sakin yaşayabildiği devleti olarak sunulmaktadır. Bu tür haberlerin örnekleri:

- 7 Mart 2021 tarihli RT’nin “İsviçreli seçmenler, halka açık yerlerde yüz maskesi takmayı yasaklayan 'burka yasağını' destekliyor” haberi;

Şekil 34. 7 Mart 2021 Tarihli RT’nin “İsviçreli Seçmenler, Halka Açık Yerlerde Yüz Maskesi Takmayı Yasaklayan 'Burka Yasağını' Destekliyor” Haberi



Kaynak: (2021) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/517466-switzerland-vote-burqa-ban/>
[Erişim 15.09.2022]

- 24 Ocak 2022 tarihli RT’nin “İngiltere’de 'en az sevilen' kişiler açıklandı” haberi.

Şekil 35. 24 Ocak 2022 Tarihli RT'nin "İngiltere'de 'En Az Sevilen' Kişiler Açıklandı" Haberi



Kaynak: RT (2022) (Çevrimiçi) <https://www.rt.com/news/547056-poll-gypsies-muslims-discrimination/> [Erişim 15.09.2022]

Son haberde Müslümanlar İngiltere’de en beğenmeyen gruplar listesinde ikinci sırada olduğunu iddia etmektedir. Ama İngiltere’de İslam Rusya’daki gibi ikinci en yaygın dindir ve İngiltere’de de birçok Müslüman yaşamaktadır. Bu tarz haberlerin tamamen yalan olmadığı şüphesiz ve Batı’da İslamofobi özellikle son yıllarda hızlıca yaydığı bellidir. Fakat Rusya’nın de bu anlamda tamamen masum olduğunu ve Müslümanların kurtarıcısı olarak göstermek de yanlıştır. Özellikle Çeçenistan Savaşları süresinde yer alan Moskova, Buynaksk ve Volgodosnk apartman bombalarının sorumluluğu bir grup Müslüman Çeçen üstlendikten sonra Rus toplumunda Müslümanlara karşı korku ve nefret yaratılmıştır. Şimdi bile Rusya’da ara sıra İslamofobi olayları çıkmaktadır. Özellikle camilerin inşaat edilmes ile ilgili olaylar oldukça göz çarpıcıdır. Mesela, Moskova’nın Tekstilşiki (2010) ve Miltino (2012) ilçeleri sakinleri onların ilçesinde camilerin kurulmasına karşı protesto etmişlerdi. Sonuç olarak, şehir yetkilileri protestocuların talebini karşılamıştır ve camiler yapılmamıştır. Resmi olarak Moskova’nın 13 milyon nüfusundan yaklaşık 3 milyon Müslümandır. Fakat dünyanın en büyük şehirlerinden birinde 3 milyonluk Müslüman nüfusu ancak dört büyük cami ile yetinmektedir. Aynı zamanda Moskova’da 1.100 Ortodoks kilisesi ve 5 sinagog bulunmaktadır (Akhiyadov, 2020: 4).

3.3. RUS PROPAGANDASININ BAŞARISININ SIRLARI

Rus propagandasının 7 farklı vakasının analiz edilmesinden sonra Rus propagandasının dış politikada oldukça etkili ve başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Her vakada Rus medyasının

koyulan hedeflere varmak doğrultusunda farklı tekniği kullanması ve farklı ülkelere yönlendirilmesi Rus propagandasının çeşitli ve geniş yelpazeye sahip olduğunu göstermektedir. Her vakada elde edilen sonuç ile koyulan hedef arasında fark olabilmesine rağmen incelenen hiç bir vakada Rusya hiç bir şeyi başaramadığını söylemek mümkün değildir. Rus propagandasının başarısının dayandığı noktalara değinmek gerekirse, bunlar şu şekilde özetlenebilir: Teknik çeşitliliği, tüketicinin tanınması, Sovyetler'in mirasçılığı, alternatif sunulması, alternatif olmaması, devamlı ve sistematik olmasıdır.

Teknik çeşitliliği: Üçüncü bölümde analiz edilen vakalara göre, Rus medyasının propaganda oluşturma açısından her duruma en uygun tekniği seçtiği ve propagandayı propaganda kurallarına göre yarattığı bellidir. İncelenen vakalarda *ad takma*, *transfer*, *gösterişli genelleme*, *herkes yapıyor* gibi teknik çeşitliliği görmek mümkündür ki, Rus propagandasının yarattığı heberlerden sadece küçük bir kısmıdır. Ayrıca Rusya ülke olarak farklı imkanlara sahip olduğu için onları da kendi propagandasında açıkça kullanmaktadır. Mesela, uzun tarihli bir devlet olarak Rusya bazen kamuoyu oluşturmak için kendi geçmişine dayanmaktadır ve tarihi olaylarla manipüle etmektedir. Bunu hem 2014 Rusya'nın Kırım'ı ilhakı ile ilgili propagandada, hem Ukrayna için kullanılan "Kyiv, Rus şehirlerinin anasıdır" gibi alıntılarda, hem kendi Silahlı Kuvvetlerinin gücünü göstermek ve propagandaya göre ancak "kazançlarla" dolu geçmişe sahip olduğu hatırlatmak için yapılan 9 Mayıs Zafer Bayramının kutlamasında tespit edilmektedir. Tarih dışında Rusya kendi ekonomik kapasitesini de propaganda üretiminde avantaj olarak kullanmaktadır. Avrupa ülkelerininin kamuoyunu korkutmak için Rusya ara sıra enerji şantajı yapmaktadır ve böylece Avrupa halkının kendi yönetimlerine baskı yapmasını sağlamaktadır. Hem etnik, hem dini açıdan değişik nüfus kompozisyonuna sahip olan RF bunu da bir propaganda aracı olarak görmektedir. Mesela, kendi Müslüman nüfusunu Müslüman ülkelere "biz Batı gibi değil, biz Müslümanların sakince yaşayabildiği bir ülkedir" mesajını vermek için kullanmaktadır. "Müslümanların kurtarıcısı" imajını yapan propaganda böylece Rusya'nın ile Müslüman ülkelerinin yakınlaşmasına yol açmaktadır.

Tüketicinin tanınması: Rus propagandası farklı ülkelere yönelik olarak ürettirdiği için kullanılan mesajlar ve klişeler her zaman aynı olamamaktadır. Bunun farkında olan Rus propagandistler önce propagandayı yapacak olan ülkenin kitlesini iyice öğrenmektedir ve onun arzularını, korkularını vb. anladıktan sonra propagandayı ona göre şekillendirmektedir. Örneğin, Rusya Batı Balkanlar'da kullanılan propagandada bu bölgenin ülkeleri arasında geçmişteki olaylara dayanarak insanları en zayıf noktalarından vurmaktadır. Aynı kural Rusya'nın iç kamuoyunu şekillendirmek için de geçerlidir. Mesela, Putin'in Kirill patriği ile

görüşmeler, canlı yayın olarak gösterilen ibadeti vb. Rus nüfusunun muhafazakar bölümüne yöneliktir ve onların dini duyguları ile oynamaktadır.

Sovyetler’in mirasçılığı: 1991 yılında SSCB’nin çöküşünden sonra Rusya Federasyonu diğer eski Sovyet ülkeleri gibi kendi medya sektörünü yeniden kurmak zorunda kalmamıştır ve Sovyetler’in mirasını kullanmıştır. Bu, hem teknolojik imkanlar, hem tecrübeli kadro, hem çoktan şekillendirilen izleyici kitlesi için geçerlidir. Özellikle, 1990’lı yıllarda ve 2000’lerin başında yeni kurulan post-Sovyet ülkelerin medyası amatör görüldüğünde Rusya’nın medya sektörü kendi kalitesi ile ön plana çıkmıştır. Hem kalite seviyesi, hem alışkanlık nedeniyle eski Sovyet ülkelerinin kitlesi Rus medyasını seçiyordu ve böylece onun enformasyon alanına giriş yaparak onun etki üzerinde maruz kalmıştır ve birçok ülkede hala kalmaktadır.

Alternatif sunulması: Russia Today ilk kurulduğunda onu daha önce medya sektöründe varolan medya kanallarına benzemeyen, yeni bir şey olarak çıkan ve Rusya’nın dünyaya görüşü olarak sundular. Medya sektöründe daha önce varolan, kendi izleyici kitlesini oluşturan ve profesyonel olan medya ile yarışmamak için RT ilk başta “biz farklıyız” ve “başka sahada oynuyoruz” gibi açıklamalar yapmıştır. Bu, Batı medyasına güvenmeyen ve/veya onun dışında başka görüşünü öğrenmek isteyen izleyicinin dikkatini çekmiştir. Rus medyası, bu izleyicilere alternatif sunmuştur. Bu durum özellikle Batı’ya karşı güvensizlik olan toplumlar için geçerlidir.

Alternatif olmaması: Bu avantaj daha önceki ile ne kadar çelişen görünmese de bunlar aslında farklı durumlar için geçerlidir ve böylece Rus medyasını daha kapsamlı yapmaktadır. Batı medyasından bıkmış olan ve ona artık güvenmeyen izleyiciler olduğu yerlerde Rus medyası ona gerçekten alternatif sunmaktadır. Ama hiç bir medyaya Rus medyasından başka erişim olmayan izleyici için alternatif olmaması durumda Rus medyasına inanmak zorunda kalmaktadır. Bu durum, hem Rusya’da, hem bazı eski Sovyet ülkelerinin bölgelerinde yaşayanlar için geçerlidir. İnsan ilk başta ne kadar inkar etse de her gün aynı bilgiyi duyduktan sonra ona er ya da geç inanmaya başlamaktadır.

Devamlı olması: Propagandanın etkili olmasının en önemli kurallarından biri onun devamlı olmasıdır. Bu, daha önceki nokta ile biraz örtüşmektedir. Aynı bir şeyi anlatmak, insanın buna inanmasını sağladığı şüphesizdir. Ama ek olarak bir şeyin insana sürekli anlatılması durumunda etkiyi artmaktadır. Rus propagandası devamlıdır ve belli bir olay geçtikten sonra bile durmamaktadır. Bu çalışmada incelenen 2017 Fransa Cumhurbaşkanlığı Seçimi ve Sarı Yelekliler Hareketi vakası propagandanın devamlı olmasının en iyi örneğinden biridir. Marine Le Pen Cumhurbaşkanlığı seçimini kaybetmesine ve seçimin bitmesine rağmen Rus

propagandası çalışmayı bırakmamıştır ve Sarı Yelekliler Hareketi ile yeni ivme kazanarak onu güzelce kullanmıştır. Rusya-Ukrayna savaşında neo-Nazi alıntısı da aynı şekilde çalışmaktadır. 8 yıl boyunca sürekli tekrarlanan bu alıntı bunu her zaman duyan insanlara gerçek gibi gelmektedir.

Sistematiik olması: Rus propagandasının başarısında büyük ihtimalle en büyük payı bu faktöre düşmektedir. Bu çalışmada ancak medya analiz edilmesine rağmen Rus propagandası ancak medyadan ibaret olmadığı ve kapsamlı olduğunu vurgulamak gerekir. Medya ötesinde eğitim, kültür, din, dil gibi alanları kapsayan Rus propagandası insanın neredeyse her hayat alanında vardır. Medya ise, bazı durumlarda Rusya'nın diğer kamu diplomasisinin araçlarının etkisini ancak pekiştirmektedir. Bazı durumlarda ise, tam ters bu araçlar medyaya yardım etmektedir. Rusya'nın kamu diplomasisinin en önemli araçları saymak gerekirse, bunlar Russkiy Mir Vakfı Rus Kültür Merkezleri, Rossotrudnichestvo Ajansı ve Gorchakov Kamu Diplomasisi Fonudur. 2007 yılında kurulan Russkiy Mir Vakfı Rus Kültür Merkezleri, 41 ülkede 80 merkez açmıştır. Russkiy Mir Vakfının amacı Rus kültürünü, dilini ve tarihini tanıtmak ve yaymaktadır. Rossotrudnichestvo Ajansı Bağımsız Devletler Topluluğu, Yurtdışında Yaşayan Vatandaşlar ve Uluslararası İnsani İşbirliği Federal Ajansı olarak 2008'de kurulmuştur. Rossotrudnichestvo Ajansının başlıca olan faaliyetler: eğitim ve bilim faaliyetleri, uluslararası kalkınma yardımları, tarihsel ve kültürel mirası koruma faaliyetleri ve insani işbirliğidir. Ulus markalama stratejisini olan Gorchakov Kamu Diplomasisi Fonu 2010 yılında kurulup Rusya'yı, Rus dilini, kültürünü, tarihini tanıtmak amacıyla medya programları, yayın faaliyetleri, akademik konferans ve seminerleri düzenlemektedir. Gorchakov Kamu Diplomasisinin temel amacı aslında Rusya lehine kamuoyunu oluşturmaktadır. Kamu diplomasiside yürütülen bu faaliyetler Rus propagandasını sistematiik olduğu ve medya kullanılan araçlardan sadece biri olduğunu göstermektedir (Ekşi, 2015: 49-54, Özekin ve Kırcan, 2021, Darıcılı ve Özdal, 2017).

SONUÇ

Bu çalışmada Rusya Federasyonu'nun dış politika yapımı sürecinde medyayı bir propaganda aracı olarak kullanması incelenmiştir. Bu kapsamda dış politikanın oluşum unsurları ve Rusya Federasyonu'nun tarihi, siyasi, ekonomik, askeri ve demografi özelliklerinden yola çıkarak Rusya'nın propaganda oluşturma sürecinde bunları nasıl kullandığını ve bunların ne kadar etkili olduğunu analiz edilmiştir. Araştırma süresinde Türkçe, İngilizce, Rusça, Ukraynaca ve Lehçe kaynaklar ele alınmıştır. Medyanın ve/veya propagandanın uluslararası ilişkilerdeki yerinin ne kadar önemli olduğunu oldukça yeni keşfedilmiş olması nedeniyle bu konun çok araştırılmamış bir konu olduğunu söyleyebiliriz. Bu çerçevede özellikle Rusya'nın dış politikada propagandist metotları kullanması ile ilgili literatürde bir boşluk vardır. Bu bağlamda yazar bu tez çalışması ile bu boşluğu doldurmaya çalışmaktadır.

İlk olarak dış politikanın oluşum unsurları incelediğinde bunların nicel, nitel, uluslararası ve karar verme sürecini etkileyen iç unsurlarına ayrıldığını görmekteyiz. Bu çalışmada bunların propaganda kampanyalarında Rus medyası tarafından nasıl kullanıldığını ve genel anlamda kullanılabilip kullanılamadığını incelenmektedir. Nicel unsurlara bakarak Rus medyası tarafından özellikle Rusya'nın doğal kaynakları, ekonomik kapasitesi, askeri kapasitesi ve nüfus verileri kullanıldığını anlamaktayız. Mesela Rusya, doğal gaz rezervleri açısından zengin bir ülke olduğu için enformasyon savaşında onu kendi koz olarak sıkça kullanmaktadır. Bunun dışında Rus medyası tarafından canlı yayın olarak gösterilen 9 Mayıs Zafer Bayramı askeri geçit töreni, Rusya'nın ordusunun dünyanın en güçlü ordularından ikinci sırada olmasının propagandist mesajını pekiştirip daha etkili yapmaktadır. Rusya'da yaşayanların etnik ve dinsel çeşitliliği ise, Rusya ile Avrupa ülkeleri karşılaştırmada Rusya'ya puan kazandırmaktadır. Medyayı bir kavram olarak incelediğinde dünya/gerçeklik – medya ilişkileri karşılıklı olduğunu unutmamak gerekir. Bu medyada kimin çalıştığı ve onların hangi amaçlara ulaşmak istediğini bilmenin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Böylece Rus propagandist medyalarında kimin çalıştığını bilmek son derece önemlidir. Ayrıca ele alınan propaganda oluşturma teknikleri ve kuralları Kremlin propagandasının bulunmasında ve incelenmesinde yardımcı olmaktadır.

Rusya Federasyonu'nun ülke analizi Rusya'nın genel anlamda dış politika yapımı sürecinde hangi kendi nicel ve nitel unsurları kullanabildiğine ve özellikle bunların propaganda amaçlarıyla nasıl kullanabildiğine dair fikir vermektedir.

Rus medyasının yapısının analizi hangi propagandist medyalar var olduğunu, bunların ne zaman, ne amaçla ve kimin tarafından kurulduğuna dair bilgi vermektedir. Ayrıca propaganda

amaçlı kullanılan medyanın kadrosunun incelenmesi medyada çalışanların kişisel özellikleri, tecrübeleri ve çıkarları medya içeriğine nasıl yansıttığını göstermektedir ve dünya/gerçeklik – medya ilişkiler karşılıklı olduğunu tekrar ispatlamaktadır. Dış politika yapımı sürecinde Rus medyasının ele alınan propaganda örnekleri Rusya’nın propagandayı nasıl ve ne kadar etkili bir şekilde kullandığını görmekteyiz.

Sonuç olarak, ele alınan tüm veriler göz önünde bulundurulduğunda Rusya Federasyonu kendi dış politikasında medyayı propaganda aracı olarak kullandığını ve yürütülen propaganda kampanyaları sayesinde belli başarılarla ulaşabildiğini söylemek gerektir. Fakat propagandanın uygun bir zemin olmadan kendisi tek başına zor hedeflere ulaşabildiğini ve medya dışında dış politikasında diğer araçların sistematik kullanılması gerektiğini vurgulanmak gerektir. Böylece analiz ettiğimiz dış politikanın oluşum unsurları hem kendisi önemlidir hem medya tarafından propaganda malzemesi olarak kullanılarak propagandayı daha etkili yapmaktadır. Bunun dışında Rus medyasında çalışan kadroyu analiz ettiğimizde hepsinin ya propagandist medyada çalışmadan önce zaten Kremlin yanlısı olduğunu ya büyük para kazandığı için herhangi bir fikri desteklemeye razı olduğunu ya gerçekten “nesnelliğin olmadığını” düşündüğünü ortaya çıkmıştır. Medya arkasında bunun gibi insanlar durması nedeniyle onlar için propaganda amaçla yeni bir yalan uydurmak zor olmadığını ve onların zaten kendi kişisel görüşlerini yansıttığını söyleyebiliriz. Bütün bu faktörler şüphesiz medyanın içeriğine de yansıtmaktadır.

Başka önemli husus ise Rusya’nın iki türlü propagandist faaliyetleri kapsamında Kremlin’in iç kitleye yönelik propagandadır. Bu çalışmada belirlediğimiz gibi dış politika yapımında karar verme sürecini etkileyen iç unsurlar önemli etkenlerdir. Toplumun bir şeye karşı çıkması durumunda devletin dış politikada bunu gerçekleştirmesi zor yapmaktadır. Bu nedenle, Rus medyası iç kamuoyunu istediği şekilde biçimlendirmek adına ayrı faaliyet yürütmektedir. Ayrıca bunun Rusya tarihinde yeni bir şey olmadığını da görmekteyiz. 1702 yılında I. Petro’nun istediklerine dair toplumu haberdar etmek amacıyla kurulan ilk Rus gazetesi “Vedomisti”den SSCB zamanında Stalin’in kontrolünden geçen film senaryolarına kadar uzanan ve bugünkü ancak ya devlete, ya devletin bir şirketine (Gazprom gibi) ya da Vladimir Putin’e yakın olan insanlara ait olan Rus televizyon kanallarına transforme edilen propaganda kanallarına bakarken Rusya’da adeta uzun tarihli bir propaganda enstitüsü mevcut olduğunu söyleyebiliriz. Kamuoyu dış politika yapımı sürecinde önemli bir unsur olmasaydı, bu kadar kaynak tarih boyunca onun “doğru” şekillendirilmesine harcanmazdı. Şimdi bile Rusya’nın medya için harcadığı bütçeler bunun önemi tekrar vurgulanmaktadır.

Ayrıca Rusya medya sayesinde eski Sovyet ülkeleri kendi nüfuz alanında tutmaya çalışmaktadır. Birçok eski Sovyet ülkelerinde çalışan televizyon kanalları hem oradaki insanların “Rus” dünya görüşününün oluşturulmasını hem onların Rus diline ve kültürüne duyduğu ilgi ve saygının kalmasını sağlamaktadır. Bu özellikle Rus televizyonuna alternatif olmayan bölgelerde ne kadar etkili olduğunu görmekteyiz ve insanların alternatif fikrine erişim olmaması halinde onların kendi ülkeye karşı bile çıkabildiğini göstermektedir.

Fakat propaganda kendisi her şeyi değiştirebildiğini söylemek de yanlıştır. Çünkü propaganda yapımı sürecinde Rusya’nın ancak kendi tarihi, siyasi, ekonomik, askeri ve demografik özelliklerinden faydalanmadığını görmekteyiz. Bunun dışında Rusya bir ülke ve/veya bölge yönelik propagandada bu ülkenin ve/veya bölgenin farklı özelliklerinden faydalanmaktadır. Bu çalışmada analiz edilen Batı Balkanlar’ın Avrupa-Atlantik entegrasyonu örneğinde Batı Balkan ülkelerin arasın olan tarihi anlaşmazlıkların kullanılması veya Rusya’nın Müslümanlara yönelik propagandasında Batı ülkelerindeki İslamofobinin kullanılması bunun iyi göstergesidir. Ayrıca Rusya Federasyonu medya dışında kendi propagandasını diğer kanallar sayesinde de yaymaktadır. Russkiy Mir Vakfı Rus Kültür Merkezleri, Rossotrudnichestvo Ajansı ve Gorchakov Kamu Diplomasisi Fonu bunun iyi örnekleridir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

Arı, T. (2017). *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*. Bursa: Alfa Akademi Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.

Arı, T. (2018). *Uluslararası İlişkiler Teorileri. Çatışma, Hegemonya, İşbirliği*. Bursa: Aktüel 16 Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.

Aydeniz, H. (2012). *Medyayı tanımak*. İstanbul: Nakış Ofset Yayınları.

Bertrand, C. (2002). *Media Ethics and Accountability Systems*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.

Berzah, M. Ç. (2006). *Medyanın Ördüğü Berlin Duvarı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Brown, J.A.C. (1992). *Siyasal Propaganda*. Yazar, Y. (çev.) İstanbul: Ağaç Yayıncılık (orijinal baskı tarihi 1992).

Brückner, A. (1900). *Tragedya moskiewska: szkice historyczne*. Krakow: Czas.

Coulloudon, V. (1998). *Elite Groups in Russia*. Demokratizatsiya.

Cunningham, S. and Turner, G. (Ed.) (2010). *The media & Communications in Australia*. Crows Nest: Allen & Unwin.

Eid, M. and Dakoury, A. (Ed.) (2012). *Basics in Communication and Media Studies*. Canada: Pearson Learning Solutions.

Felshtinsky, Y. and Pribylovsky, V. (2008). *The Corporation. Russia and the KGB in the Age of President Putin*, New York: Encounter Books.

Gözen, R. (Der.) (2017). *Uluslararası İlişkiler Teorileri*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Gromenko, S. (2019). *250 rokiv falši: rosiyski mifi istoriyi Krimu*. Kharkiv: Folio.
(Громенко, С. (2019) 250 років фальші: російські міфи історії Криму. Харків: Фоліо)

Harvey, K. (Ed.) (2014). *Encyclopedia of Social Media and Politics*. California: SAGE Publications, Inc.

Jowett, G.S. and O'Donnel, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. USA: Sage Publications.

Kappeler, A. (2005). *Rosiya yak polietnična imperiya. jak polietniczna imperia*. Lviv: Vydavnyctvo Ukrainського Katolytskogo Universitetu. (Каппелер, А. (2005) *Росія як поліетнічна імперія*. Львів: Видавництво Українського Католицького Університету).

Karacasulu, N. (2008) “Dış Politika Nedir?”, *Türk Dış Politikası 1919-2008*. Çakmak, H. (drl.) Ankara: Barış Platin Kitap.

Kemaloğlu, İ. (2009). *Altın Orda ve Rusya*. İstanbul: Ötüken Yayınları.

Kuleba, D. (2019). *Viyna za realnist' . Yak peremagaty u sviti feykiv, pravd i spilnot*. Kyiv: Knygolav. (Кулеба, Д. (2019) *Війна за реальність. Як перемогати у світі фейків, правд і спільнот*. Київ: Книголав).

Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York: Harper and Row.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S. Grant, I., Kelly. K. (2009) *New Media: a critical introduction. Second edition*. New York: Routledge.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications, Ltd.

Morgenthau, Hans J. (1970). *Uluslararası Politika: Güç ve Barış Mücadelesi*. 1 cilt. Oran, B. ve Oskay, Ü. (çev.), Ankara: Türk Siyasi İlimler Derneği Yayınları (orijinal baskı tarihi 1948).

Nye, J.S. (2005). *Yumuşak Güç, Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*. Aydın, R. İ. (çev.), Ankara: Elips Kitap.

O'Shaughnessy, M. and Stadler, J. (2008). *Media & Society*. South Melbourne Vic.: Oxford University Press.

Pivtorak, G. (2001). *Pohodjenya ukrainsiv, rosiyan, bilorusiv ta yihnih mov*. Kyiv: Yayın Evi «Akademiya». (Півторак, Г. (2001) *Походження українців, росіян, білорусів та їхніх мов*. Київ: Видавничий центр «Академія»).

Pocheptsov, G. (2018). *Propaganda 2.0*. Kharkiv: Folio. (Почепцов, Г. (2018) *Пропаганда 2.0*. Харьков: Фолио).

Pocheptsov, G. (2019). *SSSR: strana, sozdannaya propagandoy*. Kharkiv: Folio. (Почепцов, Г. (2019) *СССР: страна, созданная пропагандой*. Харьков: Фолио).

Poe, M. (2010). *In A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Poe, M. (2015). *İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum*. Kaya U.Y. (çev.), İstanbul: Isık Yayınları (orijinal baskı tarihi 2012).

Politkovskaya, A. (2005). *Putin's Russia: life in a failing democracy*. New York: Metropolitan Books.

Posetti, J. and Matthews, A. (2018). *A Short Guide to the History of 'Fake News' and Disinformation*. International Center for Journalists. Washington, DC: Creative Commons Attribution.

Pratkanis, A. ve Aronson, E. (2008). *Propaganda Çağı İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali*. Haliloğlu, N. (çev.), İstanbul: Paradigma Yayınları (orijinal baskı tarihi 2001).

Reifman, P. (2015). *Tsenzura v dorevolutsionnoy, sovetской i postsovetской Rossii: v 2 t. T.1: Tsenzura v dorevolucionnoy Rossii* (Der: Superfin, G., Pilşikova I., Parsamov V.). Moskova: «Probel 2000». (Рейфман, П. (2015) *Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России: в 2 т. T.1: Цензура в дореволюционной России* (Под ред. Суперфина Г., Пильщикова И., Парсамова В.). Москва: «Пробел 2000»).

Shultz, R. H. and Godson, R. (1984). *Dezenformatsia: Active Measures in Soviet Strategy*. Washington: Pergamon- Brassey's.

Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication (2016) Minneapolis: University of Minnesota Libraries Publishing Edition.

Vitenko, M. (2013). *İstoriya Rosii vid naydavnişih çasiv do naših dniv*. İvano-Frankivsk: Prykarpattia Milli Vasyl Stefannyyk Üniversitesi. (Вітенко, М. (2013) *Історія Росії від найдавніших часів до наших днів*. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника).

Webber, M. and Smirth, M. (2002) *Foreign Policy in a Transformed World*. England: Prencetice Hall.

Woolley, S. and Howard, P. (2019). *Computational Propaganda. Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*, New York: Oxford University Press.

Yılmaz, A. (2013). *Küresel Dünyada Uluslararası İlişkiler*. Ankara: Kadim Yayınları.

Zassoursky, I. (2004). *Media and power in post-Soviet Russia*. Armonk, NY: M. E. Sharpe Inc.

Rapor ve Makale:

Akan, M. (2017). Sovyet Propaganda Afişlerinde “Doğu” İmgesi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi/Journal of Turkish World Studies* 17/2 Kış –Winter 2017, ss. 77-102.

Akdağ, M. ve Cıngı, Y. (2021). Rusya’da halkla ilişkiler: Tarihsel gelişimi ve günümüzdeki durumu üzerine doküman incelemesi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(42), ss. 5803-5839. DOI: 10.26466/opus.939500.

Akhiyadov, M. (2020). Rusya’da İslamofobi. *İNSAMER*.

Akhundova, J. (2013). Rusya’nın Siyasal Partileri ve Milliyetçilik Görüşleri, *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:4, Sayı:11, ss. 54-66.

Ateş, Ş. (2000). Bir siyasal iletişim tarzı olan propagandanın tanınması ve propaganda metinlerinin çözümlenmesi. *bilig-13/Bahar’2000*.

Ateş, Ş. (2012). Rusya Ülke Raporu. *İşletmelerin Dış Ticaret Kabiliyetlerini Yabancı Uyruklu Öğrenciler İle Geliştirilmesi Kosgeb Projesi*. Kocaeli: KASİAD.

AVAAZ Report: Yellow Wests Flooded by Fake News (2019).

Avcı, Ö. (2018). Propaganda Çeşitleri. M. Karaca & C. Çakı (Ed.), *İletişim ve Propaganda*, Konya: Eğitim Yayınevi, ss. 75-114.

Cantril, H. (1938). Propaganda Analysis, *The English Journal*, Vol. 27, No.3.

Chapter Five: Russia and Eurasia (2020). *The Military Balance* pp. 166-219, DOI: 10.1080/04597222.2020.1707966

Cinque, T. What exactly is media and what is 'new' in new media? In Chalkley, Tony, Brown, Adam, Cinque, Toija, Warren, Brad, Hobbs, Mitchell and Finn, Mark (ed), *Communication, new media and everyday life*, Oxford University Press, South Melbourne, Vic., pp.7-20.

Costello, K. (2022). Russia's Use of Media and Information Operations in Turkey: Implications for the United States, *Santa Monica, Calif.: RAND Corporation*, PE-278-A, 2018.

Çetin, B. N. (2014). Propaganda olgusu ve propagandanın amerikanlaşması. *F.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi* 2014-24/2.

Dağlı, T. (2020). Rusya, Medya ve Propaganda. *Kriter Mart* 2020, Yıl 4, Sayı 44.

Darıcılı, A. Burak ve Özdal, B. (2017). Rusya Federasyonu'nun Siber Güvenlik Kapasitesini Oluşturan Enstrümanların Analizi, *bilig Güz* 2017/Sayı 83, s. 121-146.

Darıcılı, A. Burak ve Özdal, B. (2017). Enformasyon Savaşı Bağlamında Rusya Federasyonu-Türkiye İlişkilerinin Analizi, *İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), ss. 19-40.

Dushenko, K. (2018). Potemkinskiye derevni i fasadnaya imperiya. *Vestnik kulturologii*, (2(85)), 97-101. (Душенко К. (2018) Потемкинские деревни и фасадная империя. *Вестник культурологии*, (2 (85)), 97-101).

Ekşi, M. (2015). Rusya'nın Kamu Diplomasisi: Dış Politika Davranışlarıyla Çelişme Paradoksu, *Karadeniz Araştırmaları*, Bahar 2015, Sayı 45, s. 43-56.

Ereker, F., Dış Politikayı Analiz Etmek: Dış Politika Analizinde Yapan-Yapı Sorunu, *Uluslararası İlişkiler*, Cilt 9, Sayı 36.

Federalnaya slujba gosudarstvennoy statistiki. (2021). *Demografiçeskiy Yezegodnik Rossii 2021*. Moskva: Rosstat. (Федеральная служба государственной статистики. (2021). *Демографический Ежегодник России 2021*. Москва: Росстат).

Gadimov, J. (2014). Rusya'da Devlet ve Özel Haber Ajansları: İTAR-TASS, RİA Novosti ve İnterfaks - State and Private News Agencies, *Global Media Journal: TR Edition* 5 (9), s.113-147.

Giles, K. (2016). Handbook of Russian Information Warfare, *Chatham House*.

Global Engagement Center (2017). *Background to “Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections”*: The Analytic Process and Cyber Incident Attribution.

Global Engagement Center (2020). *Faces of Kremlin Propaganda: Vladimir Solovyov*.

Global Engagement Center (2020). *Pillars of Russia’s Disinformation and Propaganda Ecosystem*.

Global Engagement Center (2022). *RT and Sputnik’s Role in Russia’s Disinformation and Propaganda Ecosystem*.

Halidov, İ. (2014). Rusya’nın Yumuşak Güç Araçları. *Avrasya İncelemeleri Dergisi (AVID)*, III/1 (2014), ss. 37-75

Hamzaoglu, H. (2020). Rus Siyasal Hayatına Yön Veren Düşünce Akımlarının Tarihsel Kökenleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 9 (2), ss. 1610-1637. DOI:10.15869/itobiad.713534

İpek, Ö. (2018). Dış Politikada Medyanın Rolü, *Lectio Socialis*, Volume 2, Issue 2, ss. 153-161.

İsayeva, L. ve Günlü R. (2019). Rus Siyasal Rejiminde Putin Dönemi İktidar ve Muhalefet İlişkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları* Güz 2019, Cilt 20, Sayı 45, ss. 79-92.

Joseph, N. (1990). The Changing Nature of World Power, *Political Science Quarterly*, 105/2: pp. 177-192.

Kalcı, Y. Y. (2016). *Politikada propaganda araçlarının ve iletişim tekniklerinin önemi*. Hoca Ahmet Yesevi. Uluslararası Türk Kazak Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaağaç, Y. (2019). Diplomasi Olgusu Çerçevesinde Propaganda ve Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Etkileşimi ve Farklılıkları. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi/Bilecik Şeyh Edebali University Journal of Social Sciences Institute*, Cilt/Volume: 4, Sayı/Issue: 2 Aralık/December 2019, ss./pp. 690-705. DOI: 10.33905/bseusbed.639393

Kavoğlu, S. (2020). Meşrulaştırma Aracı Olarak Medya: Rusya'nın Kırım'ı İlhakı Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* - Sayı 50 / Bahar 2020, ss. 97-116.

Kılıç, N. (2019). Geleneksel Medya İle Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 36, s. 227-239. DOI: <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.4923>

Kineva, T. (2009). Yevroasiystvo v sovremennom ideyno-političeskom prostranstve Rossii. Gosudarstvennoye upravleniye. *Elektronny vestnik*, 18 (5). (Кинева, Т. (2009) Евразийство в современном идейно-политическом пространстве России. Государственное управление. *Электронный вестник*, 18, (5).

Kiraz, S. (2020). Bir dış politika analizi olarak neoklasik realizmin incelenmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(4), ss. 665-686.

Konya Ticaret Odası (2020). *Rusya Federasyonu Pazarına Giriş*.

Lapina, N. (2019). Emmanuel Macron: vremya peremen. Aktualniye problemı Evroprı, (2), 70-99. (Лапина, Н. (2019). Эммануэль Макрон: время перемен. Актуальные проблемы Европы, (2), 70-99).

Lomagin, N. (2012). Interest groups in Russian foreign policy: The invisible hand of the Russian Orthodox Church. *International Politics* 49, pp. 498-516. DOI:10.1057/ip.2012.13

Markus, S. (2017). The Atlas That has Not Shrugged: Why Russia's Oligarchs are an Unlikely Force for Change. *Dædalus Journal of the American Academy of Arts & Sciences*, Volume 146, Number 2, 101-113. DOI:10.1162/DAED_a_00438

Matthews, M., Demus, A., Treyger, E., Posard, M.N., Reininger, H. and Paul, C. (2022). Understanding and Defending Against Russia's Malign and Subversive Information Efforts in Europe, *Santa Monica, Calif.: RAND Corporation*, RR-3160-EUCOM, 2021.

McDermott, R. (2009). Russia's Armed Forces: The Power of Illusion, *Russie.Nei.Visions*, No.37.

Mora, N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi Cilt:5 Sayı:1*, 1-14.

Ognyanova, K. (2015). In Putin's Russia, Information Has You: Media Control and Internet Censorship in the Russian Federation. In M. Merviö (Eds.), *Management and Participation in the Public Sphere* (pp. 62-79). IGI Global. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8553-6.ch003>

Oğuz, M.C. (2018). “Şebekeleşmiş Otoriteryanizm” ya da Otoriter Rejimlerin Siber Alanla İlişkisi: Rusya ve Çin Üzerine Bir Literatür İncelemesi, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 31 ss. 103-120.

Özdemir, H. (2008). Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* , 63 (03) , ss. 113-144 . DOI: 10.1501/SBFder_0000002075

Özekin, M.K., Kırca S. (2021). Kadife Eldiven İçindeki Demir Yumruk: Rusya’nın Orta Doğu’daki Yumuşak Gücü. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 2021, 6(2): ss. 483-514. DOI: 10.30784/epfad.890491

Özel, C. (2018). Yumuşak Güce Bütünsel Bakış. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, Mayıs 2018, 7 (1), ss. 1 – 27. DOI:10.28956/gbd.422722

Özer, N. (2019). Propagandada Yöntemler, Araçlar ve Bir Propaganda Modeli Olarak; Herman ve Chomsky Propaganda Modeli. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi* 1, ss.15-30

Piechota, G. (2020). Narracja jako narzędzie rosyjskiej propagandy. Rewolucja „żółtych kamizelek” w relacjach sieciowych rosyjskich mediów propagandowych, *Zeszyty Prasoznawcze*, t.63, nr 1 (241), ss.115-132. DOI: 10.4467/22996362PZ.20.008.11516

Russell, M. (2014). Russia: political parties in a 'managed democracy'. *European Parliamentary Research Service*.

Russell, M. (2021). Russia’s armed forces. Defence capabilities and policy, *European Parliamentary Research Service*.

Salekhova, L. and Grigorieva, K. (2017). Russia Country Report: Multicultural Experience in Education. *Proceedings of INTED2017 Conference 6th-8th March 2017, Valencia, Spain* pp. 0435-0441.

Say, S. (2015). Propaganda için Kullanılan Bir Örtmece Olarak Kamu Diplomasisi Kavramı. *İnsan&İnsan*, Sayı/Issue 4, Bahar/Spring 2015, ss. 22-44.

Sümer, Z.G. (2020). Yumuşak Güç Yanılgısı. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 22, Sayı 2, ss. 1143-1160 DOI: 10.26468/trakyasobed.663240

Świder, K. (2019). Transformacja polityczna w Rosji w latach 90. XX wieku – główne problemy. *Rocznik Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej* 17 (2019), z. 1, ss. 97-121, DOI: 10.36874/RIESW.2019.1.4.

Szklarski, A. (2020). Kulisy rosyjskiej polityki wobec Republiki Czeczenii i jej konsekwencje. *Rocznik Administracji Publicznej* 2020 (6), ss. 203-224, DOI 10.4467/24497800RAP.20.011.12905

Şahin, L. (2016). Rusya Federasyonu’nun Etnik ve Dinsel Yapısı. *Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Cilt III, Sayı 2, ss. 15-32. DOI: 10.16985/MTAD.2016227939

T.C. Ticaret Bakanlığı Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü. (2021). *Rusya Ülke Profili*.

Taylor, Brian D. (2017). The Russian Siloviki & Political Change. *Dædalus Journal of the American Academy of Arts & Sciences*, Volume 146, Number 2, pp. 53-64. DOI:10.1162/DAED_a_00434

Temir, E. ve Ayhan, B. (2019). Rus Medyasının Sahiplik Yapısı. *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Der.* 2019; (Prof. Dr. Fuat Sezgin Özel Sayısı): ss. 63-74.

Tolokonnikova, A., Budakova, D. (2019). Rol telekanala RT v formirovanii mejdunarodnogo imidja Rossii. *Vestnik Moskovskogo Universiteta*, 5, 89-120. (Толоконникова, А., Будакова, Д. (2019). Роль телеканала RT в формировании международного имиджа России. *Вестник Московского Университета*, 5, 89-120). DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.120134

Ünver, H.A. (2019). Russian Digital Media and Information Ecosystem in Turkey. *Centre for Economics and Foreign Policy Studies. Cyber Governance and Digital Democracy* 2019/1.

Varol Sevim, T. (2014). Rus Dış Enerji Politikası ve Yeni Hedef Kuzey Doğu Asya, *Uluslararası İlişkiler*, Cilt 11, Sayı 41, ss. 87-108.

Yağmurlu, A. (2019). Kültürel Diplomasi: Kuram ve Pratikteki Çerçevesi. *Selçuk İletişim*, 12 (2): ss. 1182-1210.

Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri

Dinçer, M. (2016). Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi Enstitüsü'nün Faaliyetleri ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımına Etkileri. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ereker, F. (2010). Dış Politika ve Kimlik: İnşacı Perspektiften Türk Dış Politikasının Analizi. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Huseynov, M. (2018). İkinci Dünya Savaşı Rus Propagandası. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İlbasmış, V.S. (2018). ABD ve Rusya Medyası Arasındaki Enformasyon Savaşı: Ukrayna Krizi Örneği. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Pekçetin, Y.C. (2020). Türkiye ve Rusya'nın Suriye Sorununa Yönelik Politikalarının Medyaya Yansımaları: Sputnik News Türkçe ve Anadolu Ajansı Örneği. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Semen, N. (2019). Rosiyski internet-resursy yak çınnyk informatsiynoiyi viyny protı Ukrainy (na prykladi saytiv "Pravda.ru" ta "Rossiyskiy dialog") (Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів "Правда.Ру" та "Російський діалог"). *Yayımlanmamış tez*. Dniprovskiy Natsionalniy Universytet im. O. Honçara.

Yatsenko, Y. (2019). Rus Propagandasının Avrupa Birliği Ülkelerine Etkisi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

A Guide to Media and Journalism in Russia (2022). Geohistory. <https://geohistory.today/media-journalism-russia/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

A guide to Russian propaganda. Euromaidan Press. <https://euromaidanpress.com/guide-russian-propaganda/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Aleksey Navalni: Rus muhalif liderden tutuklu yargılanma sonrası halka 'Sokaklara çıkın' çağrısı (2021). BBC Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55695687> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Alemдар, A. (2020, 8 Mayıs) Uluslararası İlişkilerde ‘Güç’ ve ‘Yumuşak Güç’ Boyutu. Defence Turk. <https://www.defenceturk.net/uluslararasi-iliskilerde-guc-ve-yumusak-guc-boyutu> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ankara defends ISIS, Turkish officials have financial interest in oil trade with group - PM Medvedev. (2015). RT. <https://www.rt.com/news/323373-ankara-defends-isis-medvedev/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Benussi, M. (2022, 1 June) Politically Numb? Russian Muslims' Attitudes Towards Putin's Wars. Italian Institute for International Political Studies. <https://www.ispionline.it/en/pubblicazione/politically-numb-russian-muslims-attitudes-towards-putins-wars-35261> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Chatham House Report (2021). Myths and misconceptions in the debate on Russia. <https://www.chathamhouse.org/2021/05/myths-and-misconceptions-debate-russia/myth-12-crimea-was-always-russian> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Clinton & DNC accused of fraud, finance violations in election commission complaint (2016). RT. <https://www.rt.com/usa/363541-clinton-dnc-fec-complaint/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Countrymeters (2021) <https://countrymeters.info/ru> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Dashkevych, Y. (2014, May 14). How Moscow hijacked the history of Kyivan Rus’ (Çev: Adrian Bryttan). Euromaidan Press. <https://euromaidanpress.com/2014/05/14/how-moscow-hijacked-the-history-of-kyivan-rus/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Davis, J. (2022, February 26). Sanctioned Russian TV Host Cries About Losing His Italian Villa. Daily Beast. <https://www.thedailybeast.com/sanctioned-russian-tv-host-vladimir-soloviev-cries-about-losing-his-italian-villa> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Devlet, N. (2021, 17 Şubat). Rusya'nın sorunu: Nüfus. Independent Türkçe. <https://www.indyturk.com/node/316846/t%C3%BCrki%C3%87yeden-sesler/rusyan%C4%B1n-sorunu-n%C3%BCfus> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Encyclopedia Britannica (2021) <https://www.britannica.com> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Eski Sovyet ülkeleri (2022) <https://www.tarihiolaylar.com/tarihi-olaylar/sovyet-sosyalist-cumhuriyeti-birligi-sscb-310> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ex-French Economy Minister Macron Could Be 'US Agent' Lobbying Banks' Interests. Sputnik. <https://sputniknews.com/20170204/macron-us-agent-dhuicq-1050340451.html?fbclid=IwAR2oTf9OT7aHd0fuSoP1xG1H9xoPCZae8zwsDAzOky97RJ SafRBP1ZDauAw> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Fact check US: What is the impact of Russian interference in the US presidential election? (2020, September 29). <https://theconversation.com/fact-check-us-what-is-the-impact-of-russian-interference-in-the-us-presidential-election-146711> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Facts you need to know about Crimea and why it is in turmoil (2014). RT. <https://www.rt.com/news/crimea-facts-protests-politics-945/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Fenenko, A. (2018). Rossiyskoye zapadničestvo: v čem sut' krizisa? (Фененко, А. (2018). Российское западничество: в чем суть кризиса?) <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/rossiyskoe-zapadnichestvo-v-chem-sut-krizisa/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Former CIA Offiials: Erdogan Covers His Criminal Tracks by Targeting Media. (2016). Sputnik. <https://sputniknews.com/20160420/erdogan-dictator-sputnik-authoritarian-turkey-1038353212.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

French police remove helmets as gesture of peace to protesters, video goes VIRAL. (2018). RT. <https://www.rt.com/news/445499-france-police-helmets-solidarity-protesters/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Gelaev, V. (2015, 30 Ağustos). Ot zaboya do zapoya. (Гелаев, В. От забоя до запоя). https://www.gazeta.ru/science/2015/08/30_a_7719569.shtml?updated adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Geoffroy, R. and Vaudano, M. (2022, April 21). What are Marine Le Pen's ties to Vladimir Putin's Russia? Le Monde. https://www.lemonde.fr/en/les-decodeurs/article/2022/04/21/what-are-marine-le-pen-s-ties-to-vladimir-putin-s-russia_5981192_8.html adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Giovanni, J. (2022). The Real Reason the Russian Orthodox Church's Leader Supports Putin's War. Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2022/04/26/ukraine-war-russian-orthodox-church-support-patriarch-kirill-homophobia/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Gosudarstvennaya Duma Federal'nogo Sobraniya Rossiyskoy Federacii (Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации) (2022) <http://duma.gov.ru/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Goujard, C. and Barigazzi J. (2022, February 23). EU to sanction head of English-language Russian broadcaster RT. Politico. <https://www.politico.eu/article/eu-to-sanction-head-of-english-language-russian-broadcaster-rt/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

'If it walks like a Nazi and quacks like a Nazi – it's the far-right' (2014). RT. <https://www.rt.com/op-ed/196232-ukraine-media-nazi-right-western/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

İllarionov, A. (t.y.). Etničnyj sklad naselennya Krimu za trı stolitya. Nezalejnyj kulturologičnyj časopis 'İ'. (Ілларіонов, А. (д.н.) Етнічний склад населення Криму за три століття. Незалежний культурологічний часопис 'І'). http://www.ji-magazine.lviv.ua/anons2014/Illarionov_Etnichnyj_sklad_Krymu.htm adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

International Monetary Fund. (2022). <https://www.imf.org/en/Home> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

ISIS would be easy to defeat if Turkey and Saudi Arabia did not support it – Assad's adviser to RT. (2016). RT. <https://www.rt.com/news/333537-isis-turkey-saudi-support/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Jevtić, J. (2021, April 28). THE RUSSIAN DISINFORMATION CAMPAIGN IN THE WESTERN BALKANS. Security Distillery. <https://thesecuritydistillery.org/all-articles/the-russian-disinformation-campaign-in-the-western-balkans> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Kemaloğlu, İ. (2020, 30 Haziran). Rusya'daki anayasa referandumunu nasıl okunmalı? Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/rusya-daki-anayasa-referandumunu-nasil-okunmali/1894480> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Klitina, A., Nahaylo, B. (2022, April 21). Putin's dogs of propaganda War: Who are his main propagandists (1). KyivPost. <https://www.kyivpost.com/eastern-europe/putins-dogs-of-propaganda-war-who-are-his-main-propagandists-pt-1.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Klitina, A., Nahaylo, B. (2022, May 1). Putin's dogs of propaganda War: Who are his main propagandists (2). KyivPost. <https://www.kyivpost.com/eastern-europe/putins-dogs-of-propaganda-war-who-are-his-main-propagandists-2.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Konstitucija Rossijskoi Federacii (Конституция Российской Федерации) (2022) <http://www.constitution.ru/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Kosovo: A decade of dependence (2018). RT. <https://www.rt.com/op-ed/419064-kosovo-independence-anniversary-state/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Kostenko, I, Halupa, I. (2021, 21 Ekim). Yak Moskoviya stala Rosiyeyu? Do 300-lit'tya «vukradennya» nazvy ukrains'kogo narody. Radio Svoboda (Костенко, І. Галупа, І. Як Московія стала Росією? До 300-ліття «викрадення» назви українського народу. Радіо Свобода). <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayina-rus-i-moskoviya/31521000.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Kovalenko, O. (2021, 8 Eylül). Vkradena relikviya. Vişgorodska ikona Bojoi Materi. (Коваленко, О. Вкрадена реліквія. Вишгородська ікона Божої Матері). <https://uain.press/articles/vkradena-relikviya-vishgorodska-ikona-bozhoyi-materi-933542> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Kužel, R. (2017, March 21). How many people watch Russian media in the former Soviet Union countries? <https://fpc.org.uk/many-people-watch-russian-media-former-soviet-union-countries/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

‘Least-liked’ people in UK revealed (2022). RT. <https://www.rt.com/news/547056-poll-gypsies-muslims-discrimination/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Macron obvinil “Russia Today” i “Sputnik” v “propagande”. (2017, 29 Mayıs). Radio Svoboda. (Макрон обвинил "Russia Today" и "Спутник" в "пропаганде". (2017, 29 мая). Радио Свобода). <https://www.svoboda.org/a/28516886.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Merci RT: Yellow Vest Ptotesters chant ‘Thnk you, RT’ during rally in Paris. RT Youtube channel. <https://www.youtube.com/watch?v=5MIU0kIbYKg> adresinden 20.02.2022 tarihinde erişilmiştir.

Most Americans want Hillary indicted for email scandal – poll (2016). RT. <https://www.rt.com/usa/363759-hillary-emails-indicted-poll/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Mussa, M. (2022, 3 March). UK government sanctions Russian state media, ‘propagandists’. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/en/world/uk-government-sanctions-russian-state-media-propagandists-/2551567> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

«Ne sobirayus delat vid, čto ya obyektivnaya» İntervyu s Margaritoy Simonyan. (2013, 7 Mart). («Не собираюсь делать вид, что я объективная» Интервью с Маргаритой Симоньян (2013, 7 марта). <https://web.archive.org/web/20210429020657/https://lenta.ru/articles/2013/03/07/simonyan/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Nevıdumannaya sud’ba Pavlika Morozova: semeyno-butovaya drama ili ubiystvo s politiçeskim podtekstom? (2017, 19 Ağustos). (Невыдуманная судьба Павлика Морозова: семейно-бытовая драма или убийство с политическим подтекстом?) <https://kulturologia.ru/blogs/190817/35671/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Not worth your sympathy: The story of Ukraine's neo-Nazi Azov battalion (2022). RT. <https://www.rt.com/russia/557589-azov-battalion-documented-crimes/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Omelyanuk, M. (2021, 8 Mayıs). 8 ta 9 travna. Çomu isnuye dvi datı vidznaçenya Dna peremogi. Suspilne.Media (Омелянюк, М. 8 та 9 травня. Чому існує дві дати відзначення Дня перемоги. Суспільне.Медіа). <https://suspilne.media/128730-8-ta-9->

[travna-comu-isnue-dvi-dati-vidznacenna-dna-peremogi/](#) adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Özçelik, S. (2021, 19 Ocak). Rus Muhalefeti, Navalny ve Kırım. Kırım Haber Ajansı. <https://qha.com.tr/opinion/rus-muhalefeti-navalni-ve-kirim/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

ÖZEL. Vučić: Sırbistan, NATO Saldırganlığının Kurbanları İçin Bir Anıt İnşa Ediyor (2017). Sputnik. <https://rs.sputniknews.com/analize/201704091110641439-nato-agresija-srbija-bombardovanje-spomenik-1234-aBcd-1-3/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Plakatı SSSR vremen holodnoj voynı i SŞA (2022) <https://papik.pro/plakat/31316-plakaty-sssr-vremen-holodnoj-vojny-i-ssha-75-foto.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Putin's media puppets. (2022, June 28). Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland. <https://www.gov.pl/web/special-services/putins-media-puppets> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Rosalsky, G. (2022). How Putin Conquered Russia's Oligarchy. <https://www.npr.org/sections/money/2022/03/29/1088886554/how-putin-conquered-russias-oligarchy> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Rus muhalif Navalny'e 9 yıl hapis cezası (2022). TRT Haber. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/rus-muhalif-navalnye-9-yil-hapis-cezasi-665904.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Russia presents proof of Turkey's role in ISIS oil trade (2015). RT. <https://www.rt.com/news/324263-russia-briefing-isis-funding/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Russia says Turkey's Erdogan & family involved in illegal ISIS oil trade. (2015). RT. <https://www.rt.com/news/324368-turkey-erdogan-isis-oil-trade/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Russia: Government vs. Rights Groups. (2018). Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/russia-government-against-rights-groups-battle-chronicle> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Russia's RT: The Network Implicated in U.S. Election Meddling (2017, January 1). The New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/01/07/world/europe/russias-rt-the-network-implicated-in-us-election-meddling.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Russia's Putin signs NGO "foreign agents" law. (July 21, 2012). Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-russia-putin-ngos-idUSBRE86K05M20120721> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Rusya'nın 'troll fabrikasının' eski çalışanı konuştu. (2017, 17 Kasım). Euronews. <https://tr.euronews.com/2017/11/17/rusyanin-troll-fabrikasinin-eski-calisani-konustu> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Schfrin, N. and Fannin Z. (2017, July 12). Inside Russia's Propaganda Machine. Pulitzer Center. <https://pulitzercenter.org/stories/inside-russias-propaganda-machine> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Shavelyeva, V. (2022, 8 Mayıs). «Snaçala povesim Levitana, tol'ko potom Stalina». Роçему фашисти так ненавидели диктора. (Шавельева, В. «Сначала повесим Левитана, только потом Сталина». Почему фашисты так ненавидели диктора). <https://www.gazeta.ru/social/2022/05/08/14820734.shtml?updated> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Shuster, S. (2015, March 5). Inside Putin's on air machine. Time. <https://time.com/rt-putin/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

SIPRI Military Expenditure Database (2022). <https://www.sipri.org/databases/milex> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Sklyarevska, G. (2022, 1 Haziran). Çому «Azov» – ne «neonatsiskiy batalyon». (Скляревська, Г. (2022, 1 червня). Чому «Азов» - не «неонацистський батальйон»). <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29596/2022-06-01-chomu-azov-ne-neonatsystskyy-batalyon/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Sonne, P. (2015, 30 November). Russian Media Takes Aim at Turkey. The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/russian-media-takes-aim-at-turkey-1448919682> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Sputnik voşel v paterku samih poşeşayemih inostrannih mediasaytov vo Frantsii. (2018, 17 Eylül). RIA. Novosti. (Sputnik вошел в пятерку самых посещаемых иностранных медиасайтов во Франции. (2018, 17 сентября). РИА. Новости. <https://ria.ru/20180917/1528697759.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Sud ES ostavil v sile sanktsii protiv Dmitriya Kiselova. (2017, 15 Haziran). RIA Novosti. (Суд ЕС оставил в силе санкции против Дмитрия Киселева. (2017, 15 июня). РИА Новости). <https://ria.ru/20170615/1496533733.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Swiss voters support 'burqa ban' that outlaws wearing of facial coverings in public places (2021). RT. <https://www.rt.com/news/517466-switzerland-vote-burqa-ban/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Szeląg, T. (2012, 2 marca). "Ostre" lata 90., czyli dlaczego Rosjanie nie lubią demokracji? Wiadomosci. <https://wiadomosci.onet.pl/ostre-lata-90-czyli-dlaczego-rosjanie-nie-lubia-demokracji/2t7sk> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

T.C. Dışişleri Bakanlığı (2022) <https://www.mfa.gov.tr> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Tam ze stolko bogatstv ostalos' (2011, 22 Ekim). Gazeta. Ru. (Там же столько богатств осталось. <https://www.gazeta.ru/social/2011/10/22/3809650.shtml> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

The World Bank (2022). Russia Economic Report. <https://www.worldbank.org/en/country/russia/publication/rer> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Trade Map (2022) <https://www.trademap.org/Index.aspx> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

True Colors: The Reason Why Erdogan Admire's Hitler's Government. (2016). Sputnik. <https://sputniknews.com/20160102/turkey-erdogan-power-control-1032607006.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Tsentr prtydiyi dezinformatsiyi pri RNBO Ukraini. (Центр протидії дезінформації при РНБО України) (2022) <https://cpd.gov.ua> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Türk Dili Kurumu Sözlükleri (2021) <https://sozluk.gov.tr> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2022) <https://www.tobb.org.tr> adresinden 28.10.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ukraine annexed Crimea 23 years ago – Duma speaker (2014). RT. <https://www.rt.com/russia/165300-russia-ukraine--crimea-claims/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ukraine’s Azov Battalion swaps neo-Nazi insignia – media (2022). RT. <https://www.rt.com/news/556379-azov-batallion-nazi-insignia/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ukraine's neo-Nazi Azov Battalion has built a 'state within a state,' and it despises both Russia and the liberal West (2022). RT. <https://www.rt.com/russia/557743-neo-nazi-regiment-azov-ideology/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Ukraynalı Naziler: Kimler, neden bu kadar nüfuza sahipler ve niçin Batı basını onları görmezden geliyor? (2019). Sputnik. <https://tr.sputniknews.com/20190906/ukraynali-naziler-kimler-neden-bu-kadar-nufuza-sahipler-ve-nicin-bati-basini-onlari-gormezden-1040107285.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

VanderMey, A. (2022). Gaining Followers: The Internet and Cold War-Style Propaganda in the Former Soviet Union Republic. The Wilson Quarterly. https://www.wilsonquarterly.com/quarterly/_gaining-followers-the-internet-and-cold-war-style-propaganda-in-the-former-soviet-republic adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Vays, K. (2018, 26 Ocak). Çto predstavlyayet soboy rossiyskiy “lider oppozitsii” Aleksey Navalny? (Вайс, К. Что представляет собой российский “лидер оппозиции” Алексей Навальный?) World Socialist Website. <https://www.wsws.org/ru/articles/2018/01/26/nava-j26.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Visas for Kosovo? No trade for Serbia? EU still acting like it’s 1999 (2019). RT. <https://www.rt.com/op-ed/467652-kosovo-serbia-eu-visas-trade/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Volvach, P. (2014, March 16). How Ukraine rebuilt Crimea (“Khrushchev’s Gift”) (Çev: Stepan Nikitchuk). Voices of Ukraine.
<https://maidantranslations.com/2014/03/16/how-ukraine-rebuilt-crimea-khrushchevs-gift/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Walker, S. (2017, April, 29). Alexei Navalny on Putin's Russia: 'All autocratic regimes come to an end'. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/world/2017/apr/29/alexei-navalny-on-putins-russia-all-autocratic-regimes-come-to-an-end> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

West turns a blind eye to march honoring WW2 Nazi ‘SS’ in Kiev: Ukraine may not be a fascist state, but it has a fascism problem (2021). RT.
<https://www.rt.com/russia/522555-ukraine-politics-nazi-past/> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Yevroparlament prinyal rezoluciyu o protivodeystvii rossiyskih SMİ. (2016, 23 Kasım). RIA Novosti. (Европарламент принял резолюцию о противодействии российских СМИ (2016, 23 ноября). РИА Новости.
<https://ria.ru/20161123/1482000699.html> adresinden 15.09.2022 tarihinde erişilmiştir.

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Anastasiia YEROKHINA

Uyruğu: Ukrayna

Doğum Tarihi ve Yeri: 20 Şubat 1998, Odesa, Ukrayna

Elektronik Posta: anastasiia.yerokhina@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Yılı
Lisans	Odesa Milli Meçnikov Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler, Politoloji ve Sosyoloji Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü	2019
Yüksek Lisans	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı	2022

DİLLER

Ukraynaca, Türkçe, Rusça, İngilizce, Polonyaca.

YAYINLAR

Yerokhina, A. “Rusya Federasyonu Ulusal Güvenlik Konseptlerinde Ortadoğu”, *Uluslararası Öğrenciler Akademisi Dergisi*, 3(2021), 25-37.

Yerokhina, A. “Uluslararası Öğrencilerin Gözünden Türkiye’de Dayanışma”, *Uluslararası Öğrenciler Eser Yarışması Kültür Sanat 2020*, YTB Yayınları: 14(2020), 106-121.

