

# SavunmaTR®

**Terör Örgütlerinin Propaganda Stratejileri:**  
Nitelik ve Bileşen Çerçevesinde Bütünsel Bir Profil

Dr. Çağatay Balcı

## **Terör Örgütlerinin Propaganda Stratejileri: Nitelik ve Bileşen Çerçevesinde Bütünsel Bir Profil**

**Dr. Çağatay BALCI**

### **Giriş**

Terörizmin, holistik bir olgu olması ve “parça/bileşen” merkezli bir yapı taşıması, literatürde terörizme ilişkin çok sayıda farklı tanımın ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bu durumun temelinde ise söz konusu tanımların büyük bir kısmının parça/bileşen merkezli bir bakış açısını yansıtmaması yer almaktadır. Bu bağlamda, söz konusu tanımlar terörizm, kendisini oluşturan farklı bileşenleri merkeze alan bir yaklaşım doğrultusunda değerlendirilmektedir. Fakat bu durum terörizme yönelik anlamlandırmayı daha karmaşık bir hale getirmektedir.

Terörizmin, holistik yaklaşım çerçevesinde ele alınarak tanımlanması ve açıklanması öncelikle bileşenlerin tanımlanmasıyla gerçekleştirilebilmektedir. Buna göre, bugün itibarıyla, terörizmin 3 temel bileşene sahip olan bir olgu olduğu genel bir kabul görmektedir. Bu bileşenler 1) korku ve panik yaratma, 2) sembolik hedeflere yönelik şiddet kullanımı ve tehdidi ve hedef kitlelere yönelik mesaj ve 3) siyasal amaçtan oluşmaktadır. Bu bileşenlerin taşıdıkları nitelikler, terörizmin bütünsel bir olgu olarak ifade ettiği anlamsal karşılığın da temellerini oluşturmaktadır.

Söz konusu bileşenlerin tümü propaganda olgusuyla doğrudan etkileşime sahiptir. Gerek korku ve panik yaratma, gerek sembolik şiddet ve gerekse siyasal amaç, nihai olarak propaganda ile işlevsel bir ilişkiyi yansıtmaktadır. Bu durum, terör örgütleri açısından propagandanın önemini daha net bir biçimde ortaya koymaktadır. Buna göre propaganda, terör örgütleri açısından, temel bileşenler bağlamında varoluşsal bir öneme sahiptir. Bu durum doğal biçimde, propagandaya karşı koymayı, terörizmle mücadelenin ana unsurlarından bir tanesi haline getirmekte ve terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin anlaşılmasında bütünsel bir yaklaşım ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

### **Terör Örgütlerinin Propaganda Stratejilerinin Nitelikleri ve Belirleyicileri**

Terörizm ve propaganda varoluşsal bir ilişkiyi yansıtan iki olgudur. Terörizm, doğası ve karakteri gereğince özü itibarıyla bir propaganda; yani kitleleri etkileme faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Bu durum literatürde “eylem propagandası (propaganda by deed)” kavramı ile

ifade edilmektedir<sup>1</sup>. Bu kavram terörizmin bütünsel olarak kendi amaç ve hedefleri doğrultusunda gerçekleştirilen tüm faaliyet ve eylemlerinin nihai olarak kitlelerde korku ve dehşet sonucunda elde edilecek olan itaati ifade etmektedir. Bununla birlikte söz konusu kavram literatürde terörizmin eylemsel yönü ile bağlantılı olan bir kavram olan “silahlı propaganda (armed propaganda)” kavramı ile anlamdaş biçimde kullanılmakta; bu durum ise ciddi bir yanlış ve karmaşıklığa yol açmaktadır. Eylem propagandası (propaganda by deed) tanımı ve niteliği açısından, terörizmi bütünsel bir olgu olarak değerlendiren, bu yönüyle tanımlayan ve terörizmin tanımında yer alan kök öğelerin başında gelen korku yaratımını ana referans kaynağı olarak merkeze alan bir kavramdır. Diğer yandan, silahlı propaganda ise terör örgütlerinin özellikle kuruluş ve ilk eylemlilik dönemlerinde başvurdukları bir yöntem olarak, terör örgütü militanlarının özellikle yerel halka yönelik olarak uyguladıkları doğrudan sözlü propaganda ve iletişim biçimini ifade etmektedir<sup>2</sup>. Bu bağlamda değerlendirildiğinde terör örgütlerinin gerçekleştirdikleri tüm şiddet eylemlerini “eylem propagandası (propaganda by deed)” kapsamında kabul etmek mümkünken, silahlı propagandanın terör örgütleri tarafından kullanılan istisnai bir yöntem olarak ifade edilmesi gerekliliği kendisini göstermektedir.

Söz konusu ayrımın ardından terör örgütlerinin propaganda stratejilerine yön veren temel nitelikler incelendiğinde ilk olarak propagandanın iki temel hedefi kendisini göstermektedir. Terör örgütleri, propaganda stratejileri ve faaliyetlerini temel olarak 1)örgütsel ideoloji ve tezlerin kitlelere ulaştırılması ve kitlelerin etkilenmesi, 2) örgütsel imaj inşasının gerçekleştirilmesi şeklinde iki hedef çerçevesine odaklanmaktadır<sup>3</sup>. Buna göre, terör örgütleri, örgütün kitleleri kendi ideolojisi doğrultusunda etkilemesi ve nihayet bireyleri örgüte destek ve katılıma yönlendirebilmesi, propaganda stratejilerinin bağlamını şekillendiren başat bir motivasyondur. Diğer yandan terör örgütleri açısından propaganda faaliyetleri, imaj üretimi, imaj yönetimi ve imaj restorasyonu ihtiyaçlarının karşılanması adına etkinlik oluşturmaktadır. Söz konusu kavramlara göre her bir örgütsel yapı kitlelere sunacağı bir imaja sahip olmayı hedeflemekte, bu imajın korunması ve olumlu bir biçimde sürdürülmesi, imajın, gerekli (imajın zedelendiği veya zayıfladığı) durumlarda restore edilmesi geliştirilmesine yönelik girişimlerde

---

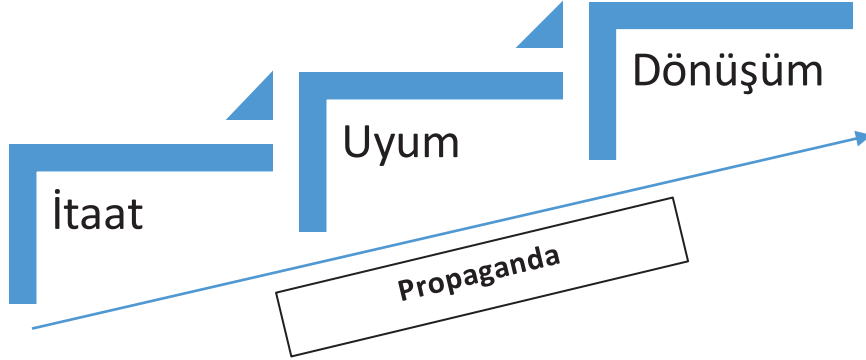
<sup>1</sup> Neville Bolt, “Propaganda of the Deed and Its Anarchist Origins”, *The SAGE Handbook of Propaganda*, ed. Paul Baines, Nicholas O’Shaughnessy, Nancy Snows (London: Sage Publications, 2020), 4-5.

<sup>2</sup> CIA, *Psychological Operations in Guerrilla Warfare*, (CIA, 1983), 19-23.

<sup>3</sup> Alex P. Schmid, “Terrorism as Psychological Warfare”, *Democracy and Security*, C. 1, S. 2 (2005): 140.

bulunmaktadır<sup>4</sup>. Bu çerçevede, itaat-uyum-dönüşüm tekniğinden yararlanılmaktadır<sup>5</sup>. Buna göre terör örgütleri, farklı hedef kitlelere yönelik olarak, örgütün şiddet eylemleri karşısında zorunlu itaatin tesis edilmesi ve meydan okumaların engellenmesini, örgütün kitleler açısından bir gerçeklik ve aktör olarak kabul görmesini, kitlelerde örgütün öngördüğü zihinsel dönüşümün gerçekleşmesini ve örgütün meşru bir siyasal aktör olarak algılanmasını hedeflemektedirler.

Bu bağlamda terör örgütleri de propaganda faaliyetleri aracılığıyla, toplumsal tabanları ve diğer kitleler özelinde örgüte yönelik olumlu algı ve tutumun tesis edilmesi, söz konusu olumlu algı ve tutumun korunması, nihayet bu algı ve tutumların zedelendiği veya olumsuz bir niteliğe evrilmeye başladığı durumlarda ise imajın onarılmasını hedeflemektedirler. Bu durum terör örgütlerinin propaganda mesajlarını da biçimlendirmekte; bu çerçevede terör örgütlerinin mesajları, örgütsel imaj odaklı mesajlar olarak tanımlanabilecek olan “halkla ilişkiler temelli” mesajlar ve örgütsel tezlerin kitlelere ulaştırılması ve etki yaratılmasını amaçlayan “ideoloji temelli” mesajlar olarak ayrımlaştırılabilmektedir<sup>6</sup>.



Terör örgütlerinin propaganda stratejileri bağlamında gözlemlenen diğer temel nitelikler, terör örgütlerinin 1) yaşam evreleri, 2) yapılanma biçimleri, 3) ölçekleri, ve 4) konjonktürel taktik hamlelerin şekillendirici ve belirleyici rollerinden oluşmaktadır. Buna göre terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin ilk olarak örgütsel yaşam evreleri kapsamında, itaat-uyum-dönüşüm tekniği ile eşgüdüm içinde geliştiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, terör örgütlerinin şiddet öncesi veya kuruluş dönemlerinde, propaganda stratejilerinin odağını örgütsel imaj inşası

<sup>4</sup> a.g.m., 140.

<sup>5</sup> Kim Cragin, Scott Gerwehr, *Dissuading Terror: Strategic Influence and the Struggle Against Terrorism* (Washington D.C.: Rand Corporation, 2005), 15.

<sup>6</sup> Or Honig, Ariel Reichard, “The Usefulness of Examining Terrorist’s Rhetoric for Understanding the Nature of Different Terror Groups”, *Terrorism and Political Violence*, C. 31, S. 4 (2017): 3.

oluştururken, ilk eylemlilik süreçlerinde itaat ve örgütsel imaj, gelişim dönemlerinde ise uyum; ideoloji ve tezlerin yayımı ile imaj yönetimi ve imaj restorasyonuna yönelik faaliyetlerin yoğunluğu gözlemlenebilmektedir<sup>7</sup>. Bu noktada, terör örgütlerinin, buldukları yaşam evresinin koşul ve ihtiyaçları ile uyumlu bir propaganda stratejisi benimsedikleri saptanabilmektedir.



İkinci olarak, terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin oluşum ve belirlenimine, yapılanma biçimleri ve örgütsel ölçekleri de temel biçimde etki etmektedir. Buna göre, terör örgütünün yapılanma biçimi; örgütün kır-şehir gerillası modelleri arasında esas aldığı konsept, katı merkezîyetçi, esnek veya hücre tipi yapılanma biçimleri arasından benimsenen model, propaganda faaliyetlerinin uygulanacağı ana sahaların ve stratejinin uygulanma biçimine etki edebilmektedir. Bununla birlikte, örgütsel ölçek ise bu noktada tamamlayıcı ve etkileşimsel bir işlev taşımaktadır. Terör örgütlerinin yerel, bölgesel veya uluslararası ölçek çerçeveleri arasında dahil olduğu kategori doğal biçimde propaganda stratejisine etki etmekte; örgütsel ölçek, benimsenen propaganda stratejisi ile ulaşılması hedeflenen sonuçların düzeyini de belirlemektedir. Laswell ve Blumenstock bu bağlamda, terör örgütlerinin propaganda stratejilerini söz konusu düzeylerde ele almakta; örgütlerin özellikle hedef kitle ve mesaj seçimlerinde etkili olduğunu savunmaktadır. Buna göre, yerel ve bölgesel ölçekte faaliyet gösteren örgütler hedef kitle ve mesaj belirleniminde daha spesifik, açık ve yerel temaları ön

<sup>7</sup> Cragin ve Gerwehr, *a.g.e.*, 15-16.



plana çıkararak bir stratejiye sahipken, uluslararası ölçüde sahip örgütler ise genel, muğlak ve evrensel temaları ön plana çıkarmaktadırlar<sup>8</sup>

Son olarak terör örgütlerinin propaganda stratejilerini etkileyen diğer bir faktör ise terör örgütlerinin uyguladıkları konjonktürel taktiklerdir. Ayaklanma, barış görüşmeleri, terörizm tuzağı, örgütler arası ittifak gibi farklı taktik hamleler terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde konjonktürel bir etki yaratarak yer almaktadır. Terör örgütlerinin, ayaklanma taktiği uyguladıkları konjonktürlerde yerel hedef kitleler ve harekete geçirici nitelikte söylemlere başvururken, barış görüşmesi süreçlerinde ikincil hedef kitlelere ve daha geniş toplumsal kesimlere odaklanan bir konsept ve uzlaşmacı-kapsayıcı söylem üretimi yönelimi gösterebilmektedirler.

Terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde kendisini gösteren genel nitelikler kapsamında, propagandanın, temel bireysel psikolojik ihtiyaçlara cevap verme motivasyonu önemli bir yer tutmaktadır. Terör örgütleri açısından propaganda faaliyetleri, bireylerin temel ihtiyaç ve güdülerinden bir tanesi olarak kabul edilen siyasal katılım gereksinimini karşılama girişimini temsil etmektedir. Politik psikolojik yaklaşıma göre, bireyler, dış dünyaya ilişkin kontrol güdüsünün bir yansıması olarak siyasal katılım gereksinimi duymaktadırlar<sup>9</sup>. Bu gereksinim, genellikle yerleşik ve meşru siyasal sistemin öngördüğü sınırlar çerçevesinde oy verme, siyasi parti üyeliği ve destekçiliği, protesto hakkının kullanımı gibi faaliyetlerle karşılanmaktadır. Buna karşın terör örgütleri, propaganda faaliyetleri ile birlikte bireylere, siyasal katılım imkanının en ekstrem ve radikal biçimine yönlendirmekte; siyasal şiddet ve kökten değişim bireylere en yüksek “kontrol” ve “katılım” yolları biçiminde sunulmaktadır. Bu bağlamda terör örgütleri propaganda faaliyetleri yoluyla bir “siyasal sosyalleşme ajanı” olarak özellikle toplumsal taban, sempatanlar ve militan kadro için bir otorite konumuna gelebilmektedir.

Bununla birlikte terör örgütleri, söz konusu “kontrol ve katılım yolu” sunumunu total propaganda yaklaşımına dayanan strateji doğrultusunda şekillendirmektedirler. Bu bağlamda temel olarak, tüm hedef kitlelerin, imkan ve yeterlilikler ölçüsünde, “kontrol ve katılım” gereksinimine uygun propaganda mesajları ile çevrenmesi ve bilişsel açıdan kuşatılması amaçlanmaktadır<sup>10</sup>. Bu amaç, militanlar ve örgütün toplumsal tabanından uluslararası hedef

---

<sup>8</sup> Harold D. Laswell, Dorothy Blumenstock, *World Revolutionary Propaganda* (New York: Knopf, 1939), 111-112.

<sup>9</sup> Carol Barner Barry, Robert Rosenwein, *Psychological Perspectives on Politics* (New Jersey: Prentice Hall, 1985), 59-61.

<sup>10</sup> a.g.e., 59-61.

kitlelere doğru yüksek etkinlikten düşük etkinliğe doğru zayıflamaktadır. Terör örgütleri bu bağlamda, kaynak-hedef kitle arasındaki asimetrik ilişki ve yapının korunmasını hedeflemektedirler. Bu noktada, Shanon-Weaver iletişim modelinde yer alan ve “gürültü kaynakları”nın önlenmesi, terör örgütlerinin total propaganda stratejilerinin odağında yer alan bir unsurdur. Shanon-Weaver tarafından, iletişimde, kaynağın mesajlarının doğru ve amaçlanan bir biçimde alıcıya ulaşma imkânını sınırlayan, bozucu veya sapırtıcı niteliğe sahip, dış kaynaklardan gelen farklı mesajları nitelemek amacıyla kullanılan” gürültü”<sup>11</sup> terör örgütlerinin, tüm hedef kitleleri bilişsel açıdan azami düzeyde kuşatmayı öngören total propaganda stratejilerinde mutlak surette önlenmesi ve etkisizleştirilmesi gereken unsurlar olarak konumlanmaktadır. Bu bağlamda terör örgütleri, tüm hedef kitlelerinin, azami ölçüde, örgütün sunduğu mesaj ve yayınlar aracılığıyla, örgütsel çerçevede dahilinde kanaat ve algı sahibi olmalarını hedeflemektedirler.

Terör örgütlerinin total propaganda stratejilerinin daha somut bir biçimde açıklanması bağlamında, Chomsky-Herman propaganda modeli teorisi önemli bir perspektif sunmaktadır. Chomsky-Herman propaganda modeli teorisi, propaganda faaliyetlerinin politik-ekonomik temellerini açıklamakta; propaganda kaynağı, propaganda paydaşları ve unsurları arasındaki ilişkileri bu çerçevede ele almaktadır<sup>12</sup>. Özellikle devlet aygıtı, siyaset kurumu, ekonomik iktidar sahipleri ve medya arasındaki etkileşime dair açıklamalar sunan bu modele göre, söz konusu yapılar arasında oluşan konsensus sonucunda medya organları bu yapıların çıkarları ile çelişmeyecek doğrultuda yayınlar gerçekleştirmekte ve bu boyutta bir işlev üstlenmektedirler<sup>13</sup>. Bu noktada medya organları “gerçeğin sunumunda” bir “filtre” rolü üstlenmekte ve aynı zamanda “eşik bekçileri” olarak adlandırılan ajans ve gazeteciler de “gerçeğin sunum biçiminin belirlenimi” konusunda işleve sahip olmaktadır.

Bu çerçevede terör örgütlerinin, total propaganda stratejisi bağlamında, özellikle kendileri ile organik bağa sahip olan yayın organları ve yapılar medya yapıları ile kurdukları ilişkinin açıklanmasında söz konusu model açıklayıcı bir nitelik taşımaktadır. Bu bağlamda terör örgütlerinin de, finansman sağladıkları, dizayn ettikleri ve yönlendirdikleri yayın organları aracılığı ile “gerçeğin kitlelere sunumu” açısından filtre ve eşik bekçiliği mekanizmalarına başvurduklarını öne sürmek mümkündür. Winkler ve Damahoury bu durumu “devletimsi medya” (proto-state

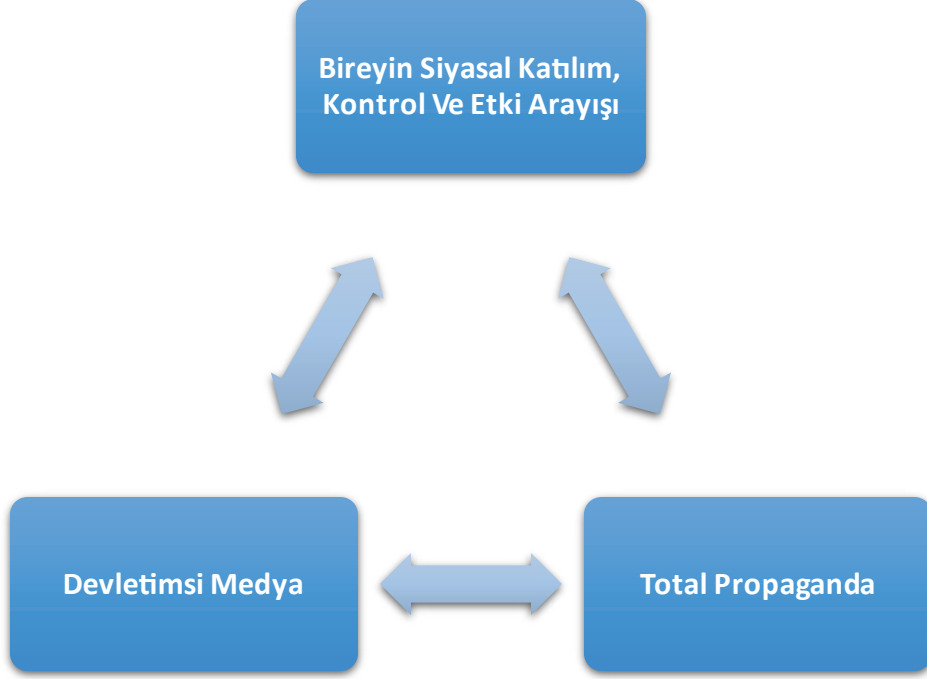
---

<sup>11</sup> Denis Mcquail, Sven Windahl, *İletişim Modelleri*, çev. Konca Yumlu (Ankara: İmge Kitabevi, 2005), 30-31.

<sup>12</sup> Edward S. Herman, Noam Chomsky, *Manufacturing Consent The Political Economy of The Mass Media* (New York: Pantheon Books, 1995), 1-17.

<sup>13</sup> a.g.e., 1-17.

media) biçiminde kavramsallaştırarak, terör örgütlerinin yayın faaliyetlerinde tıpkı Chomsky-Herman modelinde öngörüldüğü gibi denetim ve kontrol altında tutularak ve yönlendirilerek total propaganda stratejisinin odağına yerleştirildiğini savunmaktadırlar<sup>14</sup>.



Terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin ana niteliklerine ilişkin söz konusu açıklamaların ardından bu nitelikleri şekillendiren referans kaynaklarını da ortaya koymak gerekmektedir. Bu noktada, temel olarak, terör örgütlerinin propaganda stratejilerine yön veren ve şekillendiren 3 ana referans kaynağından bahsetmek mümkündür. Bu kaynaklardan ilki, terör örgütlerinin özellikle kurucu, lider veya yönetici kadrolarının verili (*a priori*) biçimde sahip oldukları, propaganda ilkelerine ve propagandanın işlevselliğine ilişkin algılarıdır. Bu kaynak, propagandanın genel ilkeleri; başarı olasılığını artıran unsurların öğrenimi gibi farklı boyutlarda terör örgütlerinin kurucu, lider veya yönetici kadrosunun, propaganda olgusuna dair algılarını besleyerek, terör örgütünün bu bağlamdaki genel stratejisini şekillendiren en önemli öğeler arasındadır. İkinci olarak, terör örgütlerinin propaganda stratejilerini şekillendirme sürecinde referans aldıkları bir diğer kaynak ise asimetrik çatışma teorisyenlerinin ortaya koymuş oldukları perspektiflerdir. Bu bağlamda, Lenin ve Engels'ten Mao, Giap ve Marighella'ya kadar geniş bir yelpazede yer alan asimetrik çatışma teorisyenleri, ortaya koydukları farklı yaklaşımlar ile birlikte bütünsel bir teorik birikim yaratmışlardır. Söz konusu teorik birikim içerisinde, asimetrik çatışma süreçlerinde propagandanın önemi ve propaganda stratejileri de

<sup>14</sup> Carol K. Winkler, Kareem El Damanhoury, *Proto-State Media Systems: The Digital Rise of Al-Qaeda and ISIS* (Oxford: Oxford University Press, 2022), 9-12.



önemli bir yer tutmaktadır. Bu çerçevede Lenin, Engels, Mao Zedung, Nguyen Giap, Che Guevara, Carlos Marighella'nın ortaya koydukları yaklaşımlar bu açıdan incelendiğinde, propaganda stratejisine ve amacına ilişkin şu ortak noktalar kendisini göstermektedir<sup>15</sup>:

- Kitleleri mücadeleye çekmek, destekçi toplumsal taban içinde “barışçıl, uzlaşmacı” yönelimler ile “kendiliğindenci/öncüsüzlüğü/lidersizliği” esas alan veya “hızlı ve kesin sonuçluluğa odaklı” yaklaşımları etkisizleştirmek, bu yaklaşımların toplumsal taban tarafından “pasifist, teslimiyetçi, ihanet eğilimli” yaklaşımlar olarak algılanmasını sağlamak
- Devlet güçlerinde ve devlet yanlısı kitlelerin moral düzeyinde ve bütünlüğünde olumsuz etki meydana getirmek, ayrışma zeminleri oluşturmak, devlet otoritesi, güvenilirliği ve koruyuculuk imajına dair olumsuz algı ve tutum oluşturmak
- Devlet ve silahlı hareket arasındaki güç asimetrisini propaganda ve kitleleri etkileme yolu ile sınırlandırmak ve gölgede bırakmaya çalışmak
- Ayaklanma zemini yaratmak ve bu aşamaya geçiş için uygun koşulları tesis etmek

Son olarak, terör örgütlerinin propaganda stratejilerine yön veren bir diğer referans kaynağı olarak “bulaşma etkisi”ni öne sürmek mümkündür. Buna göre terör örgütleri, kendilerinden önce kurulan veya faaliyetleri halen sürdürmekte olan diğer terör örgütlerinin propaganda stratejilerini ve uygulamalarını bir kümülatif bir referans ve tecrübe kaynağı olarak değerlendirebilmektedir<sup>16</sup>. Bu durum aynı zamanda “öğrenen örgüt” kavramına da atıf yapmakta; terör örgütlerinin, öznel tecrübe ve stratejilerinin diğer terör örgütleri için birer başvuru kaynağı niteliğine sahip olabilmektedirler.

## Terör Örgütlerinin Propaganda Stratejilerinde Bileşenler ve Unsurlar

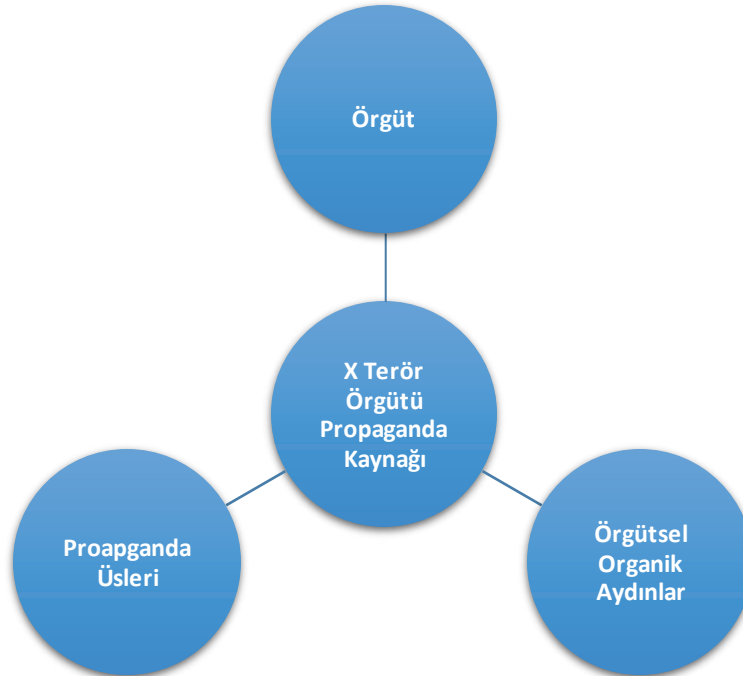
Terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin analizinde ikinci temel bağlam, stratejiyi oluşturan bileşen ve unsurların açıklanmasıdır. Propaganda analizi çerçevesinde ele alındığında, terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin anatomisini oluşturan bileşen ve unsurları, kaynak, hedef kitleler, konu, düzey, mesaj ve araçlar bağlamında incelemek mümkündür. Bu bağlamda, ilk olarak, kaynak unsuru incelendiğinde, terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde kaynak bileşeninin, terör örgütü ve ikincil kaynaklar tarafından oluşturulduğu görülebilmektedir. Buna göre, terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerinde kaynak, bizzat terör örgütü; lider ve yönetici

---

<sup>15</sup> William J. Pomeroy, *Marksizm ve Gerilla Savaşı*, çev. A. Sarıali (İstanbul: Belge Yayınları, 1992)

<sup>16</sup> Peter Waldmann, “Social-Revolutionary Terrorism in Latin America and Europe”, *Root Causes of Terrorism: Myths, Reality and Ways Forward*, ed. Tore Bjorgo (New York: Routledge, 2005), 158.

kadroları olarak konumlanabilirken, ikincil düzeyde ise, örgütün sempatican ağı ve örgüte müzahir kişi, kurum veya gruplar ile diğer devletlerin örgüte yönelik destek faaliyetleri söz konusu olmaktadır. İkincil düzey kaynaklar, üstlendikleri işlevler doğrultusunda, bilinçli veya bilinçdışı biçimlerde, terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde “çok kaynaklılık” ve “yaygınlık yanlılığı” tekniklerinin kullanımına imkan sağlamaktadır. Bu durum terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerinin etki gücünü artıran nitelikte bir aynı zamanda “çok kaynaklılık” etkisi yaratarak terör örgütünün propaganda faaliyetlerinin başarı olasılığını artırmaktadır. Diğer yandan, örgütsel organik aydın olarak nitelendirilebilecek olan, doğrudan terör örgütlerinin mensubu olmamakla birlikte terör örgütlerinin propaganda argümanlarının kitlelere ulaştırılması işlevini üstlenen kişiler de bu etkiye katkı sağlayabilmektedirler. Bu durum aynı zamanda, söz konusu kişilerin “kanaat önderi” biçiminde kitlelere sunulması yoluyla propagandanın etkisini bu anlamda da artıran bir zemin yaratabilmektedir. Linebarger bu durumun bir takım kurum ve yapılanmalar aracılığıyla da gerçekleştirilebildiğini savunmakta; söz konusu yapılanmaları ise “propaganda üsleri (*propaganda outposts*) olarak tanımlamaktadır<sup>17</sup>. Buna göre, terör örgütleri ile doğrudan ve organik bağı bulunmayan yapılanmalar da, terör örgütünün faaliyet gösterdiği ülke(ler) içinde ve dışında, terör örgütünün propaganda argümanlarını kitlelere ulaştırabilmektedirler.



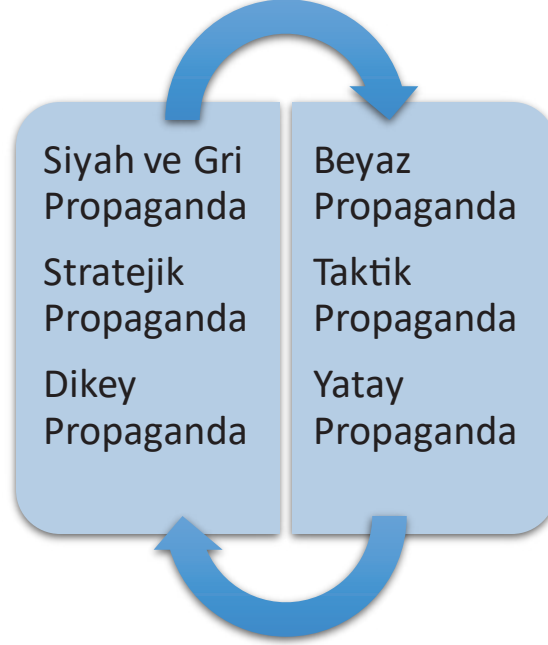
<sup>17</sup> Linebarger, a.g.e., 103.

Diğer yandan, kaynak tipi açısından değerlendirildiğinde ise terör örgütleri beyaz, gri ve siyah propaganda tiplerinin tümünü uygulayabildiği ve bunları farklı konjonktürlerde farklı amaçlarla sentezleyebildiğini söylemek mümkündür. Aynı zamanda, kaynak tipi ve propaganda düzeyleri arasında ciddi bir etkileşim kendisini göstermekte; stratejik ve taktik propaganda düzeyleri farklı kaynak tipleri ile ilişkili biçimde açıklanabilmektedir. Bu bağlamda terör örgütleri, beyaz propaganda tipini, propaganda seviyelerinin ilki olan stratejik propaganda kapsamında, uzun erimli, hedef kitlelere yönelik olarak sürekli biçimde, farklı araçlarla daimi olarak tekrarlanan ve temel olarak örgüte yönelik sempati ve meşruiyet algısını geliştirmeyi amaçlayan faaliyetler çerçevesinde işlevselleştirmektedirler. Bununla birlikte, gri propaganda, stratejik ve taktik düzey propaganda ile etkileşim içinde, siyah propaganda ise genellikle taktik propaganda kapsamında, nispi olarak kısa vadeli, konjonktürel veya periyodik, belirli bir süreç veya olay eksenli propaganda faaliyetlerinde gözlemlenebilmektedir.

Terör örgütlerinin propaganda bileşenleri konu bağlamında ele alındığında, diğer bileşenlerde gözlemlenen çeşitlilik ve farklılaşmaya kıyasla daha homojen bir nitelik kendisini göstermektedir. Terörizm olgusunu oluşturan 3 temel bileşenden bir tanesi olan siyasal amaç bu bağlamda terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerinin konu çerçevesini belirlemektedir. Bu anlamda terör örgütlerinin propaganda faaliyetleri konu düzeyinde değerlendirildiğinde tüm siyasal propaganda niteliğine sahiptir. Terör örgütlerinin, özellikle motivasyonel temellerine göre farklılaşabilen propaganda mesajlarında kullandıkları kimliksel, kültürel, dini, vb. öğeler bu bağlamda bir yanlış ortaya çıkararak bu faaliyetlerin “kültürel propaganda, dini propaganda” kavramları ile ifade edilmesine yol açmaktadır. Fakat, terör örgütlerinin propaganda mesajlarında yer verdikleri söz konusu öğeler propagandanın ana bağlamından farklılaşan, tali ve araçsal unsurlar olarak işlev kazanmaktadırlar.

Terör örgütlerinin propaganda faaliyetleri düzey bağlamında değerlendirildiğinde ise dikey ve yatay yönlü propaganda biçimlerinin eşgüdüm içerisinde kullanabildiği bir anlayış gözlemlenmektedir. Bu çerçevede, örgüt liderlerinin örgüt içine; terör örgütünün militanlarına, sempatanlara ve nihayet kitlelere yönelik propaganda faaliyetlerini ifade eden dikey propaganda biçimi terör örgütlerinin sıklıkla başvurdukları propaganda düzeyi olarak öne çıkmaktadır. Diğer yandan terör örgütlerinin, sempatanları ve legal alan yapılanmaları aracılığıyla kitleler içerisinde yürüttükleri propaganda faaliyetlerini tanımlayan yatay propaganda biçimi ise terör örgütlerinin özellikle toplumsal tabanlarını genişletme ve tarafsız kitlelerden destek kazanma çabalarını yansıtmaktadır. Dikey propaganda düzeyinde terör örgütleri daha çok harekete geçirici ve yönlendirici bir motivasyonla, söz konusu bağlamla uyumlu söylem ve temaları ön plana

çıkarmaktadır. Buna karşın yatay propaganda faaliyetlerinde ise ana motivasyon, terör örgütlerinin örgütsel argümanlarının kitlelere ulaştırılması, toplumsal etkiye ulaşılması ve destek kazanımı biçiminde şekillenmektedir.



Terör örgütlerinin propaganda stratejilerini oluşturan temel bileşenler arasında en önemli yere sahip olan bileşenlerin başında gelen hedef kitlelerin açıklanması konusunda son derece geniş ve çeşitli bakış açıları söz konusudur. Bu noktada Wright, terör örgütlerinin hedef kitlelerinin en genel düzeyde tarafsızlar, sempatanlar ve üyelerden oluştuğunu savunmakta ve genel bir çerçeve ortaya koymaktadır<sup>18</sup>. Bu tasnif, Linaberger'in propagandada ana hedef kitlelere ilişkin tanımlamalarını anımsatmakta ve yansıtmaktadır. Diğer yandan, Schmid ise terör örgütlerinin 10 hedef kitleye yönelik propaganda faaliyetleri geliştirdiğini ileri sürmekte ve bu kitleleri şu şekilde sıralamaktadır<sup>19</sup>:

- Düşmanlar (genellikle devlet ve güvenlik güçleri)
- Karşıtlar
- Tarafsızlar
- Sempatanlar
- İlimliler
- Rakipler

<sup>18</sup> Joanne Wright, *Terrorist Propaganda: The Red Army Faction and the Provisional IRA: 1968-1986* (New York: Palgrave Macmillan, 1990), 77.

<sup>19</sup> Schmid, *a.g.m.*, 138.

- Rakiplerin toplumsal tabanları
- Uluslararası toplum
- Örgüt mensupları
- Medya

Bu bağlamda, Wright ve Schmid tarafından ortaya konan bu tasnif referans alınarak yeni bir tasnif oluşturmak mümkündür. Bu tasnif geniş bir kapsam ve çerçeve düzleminde yapılandırıldığında terör örgütlerinin hedef kitlelerini şu şekilde tespit etmek mümkün hale gelmektedir:

## 1) Ülke-içi Alan

- Devlet ve Güvenlik Güçleri
- Karşıtlar
- Tarafsızlar
- Sempatizanlar
- Destekçiler

## 2) Uluslararası Alan

- Karşıt Hükümetler
- Tarafsız Hükümetler
- Destekçi Hükümetler
- Karşıt Toplumlar
- Tarafsız Toplumlar
- Destekçi Toplumlar

## 3) Rakip Örgütler

- Rakip Örgüt Liderleri
- Rakip Örgüt Üyeleri
- Rakip Örgüt Sempatizanları
- Rakip Örgüt Karşıtları
- Rakip Örgütün Toplumsal Tabanı ve Destekçileri

## 4) Örgüt-içi Alan ve Militanlar

Söz konusu hedef kitle belirlenimi doğrultusunda terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerinde kullandıkları mesajlar değerlendirildiğinde, hedef kitlelere yönelik farklı ve eşlenik söylemlerin

öne çıkarıldığı saptanmaktadır. Bu noktada, terör örgütlerinin propaganda mesajlarını hedef kitle temelli bir yaklaşım ile incelemek mümkün hale gelmektedir. Bu bağlamda şu şekilde bir tasnif gerçekleştirilebilmektedir<sup>20</sup>:

## 1) Ülke-içi Alan

- Devlet ve Güvenlik Güçlerine yönelik *Tehdit, Gayrimeşruluk algısı yaratma ve görevi sorgulatmaya yönelik söylem dizgeleri*
- Karşıtlar: *Tehdit, Devlete yönelik desteği ve örgüte yönelik karşıtlığı sorgulatmaya yönelik söylem dizgeleri*
- Tarafsızlar: *Devletin mutlak kötülüğü ve örgütün mutlak meşruiyeti ve destek ihtiyacına yönelik söylem dizgeleri*
- Sempatizanlar ve Destekçiler: *Örgütün mutlak meşruiyeti, örgüte aktif katılımın gerekliliği ve önemine yönelik söylem dizgeleri*

## 2) Uluslararası Alan

- Karşıt Hükümetler: *Tehdit, Suç ortaklığı vurguları ve gayrimeşruluk algısına yönelik söylem dizgeleri*
- Tarafsız Hükümetler: *Örgütün mücadelesinin meşruluğu, devletin mutlak kötülüğüne yönelik söylem dizgeleri*
- Destekçi Hükümetler: *Dayanışma, şükran, erdem ve işbirliğinin sürdürülmesinin mutlak önemine yönelik söylem dizgeleri*
- Karşıt Toplumlar: *Özne devlete yönelik desteği ve örgüte yönelik karşıtlığı sorgulatmaya yönelik söylem dizgeleri*
- Tarafsız Toplumlar: *Özne devletin mutlak kötülüğü ve örgütün mutlak meşruiyeti ve destek ihtiyacına yönelik söylem dizgeleri*
- Destekçi Toplumlar: *Örgütün mutlak meşruiyeti, desteğin sürdürülmesi ve artırılmasına yönelik söylem dizgeleri*

## 3) Rakip Örgütler

- Rakip Örgüt Liderleri: *Tehdit, İhanet, Devletle işbirliğine dair söylem dizgeleri*
- Rakip Örgüt Üyeleri: *Tehdit, İhanet, Devletle işbirliği, rakip örgütün meşruiyetini sorgulatmaya ve özne örgütün meşruiyetini kabul ettirmeye yönelik söylem dizgeleri*

---

<sup>20</sup> Joshua Sinai, "A Conceptual Framework For Resolving Terrorism's Root Causes", *Root Causes of Terrorism: Myths, Reality and Ways Forward*, ed. Tore Bjorgo (New York: Routledge, 2005), 230.



- Rakip Örgüt Sempatizanları: *Tehdit, İhanet, Devletle işbirliği, rakip örgütün meşruiyetini sorgulatmaya ve özne örgütün meşruiyetini kabul ettirmeye yönelik söylem dizgeleri*
- Rakip Örgüt Karşıtları: *Özne örgütün meşruiyetinin kabul ettirilmesine yönelik söylem dizgeleri*
- Rakip Örgütün Toplumsal Tabanı ve Destekçileri: *Tehdit, İhanet, Devletle işbirliği, rakip örgütün meşruiyetini sorgulatmaya ve özne örgütün meşruiyetini kabul ettirmeye yönelik söylem dizgeleri*

#### 4) Örgüt-içi Alan ve Militanlar

- Militanlara yönelik doktrinasyon ve örgüt içi eğitimlerde liderin, ideolojinin, örgütün ve mücadelenin mutlak meşruiyeti, gerekliliği ve önemine dair söylemler
- Örgüte yönelik olumsuz tutum ve davranışların ihanet, sapma ve suç olarak kodlanması

Söz konusu mesajlar ve hedef kitleler arasındaki eşleşmeler aynı zamanda propaganda faaliyetinin amaçları; ulaşılmak istenen farklı tutum ve davranış sonuçları ile de yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, hedef kitlelerde yaratılmak istenen tutum ve davranış değişikliğinin niteliği doğrudan propaganda stratejisinin niteliğini de belirlemektedir. Buna göre, terör örgütleri, farklı hedef kitlelere yönelik olarak uyguladıkları propaganda faaliyetlerinde şu amaçlar doğrultusunda yöntemler uygulamaktadırlar:

#### 1) Ülke-içi Alan

- Devlet ve Güvenlik Güçleri: *Yıkıcı, Ajitatif, Ayrıştırıcı, Ofansif*
- Karşıtlar: *Yıkıcı, Ajitatif, Ayrıştırıcı, Ofansif*
- Tarafsızlar: *Defansif, Sempati Yaratıcı, Dönüştürücü*
- Sempatizanlar ve Destekçiler: *Konsolide edici, Defansif*

#### 2) Uluslararası Alan

- Karşıt Hükümetler: *Yıkıcı, Ofansif*
- Tarafsız Hükümetler: *Defansif, Sempati Yaratıcı, Dönüştürücü*
- Destekçi Hükümetler: *Defansif, Konsolide edici*
- Karşıt Toplular: *Dönüştürücü*
- Tarafsız Toplular: *Defansif, Dönüştürücü*
- Destekçi Toplular: *Konsolide edici, Defansif*
- Rakip Örgüt Liderleri: *Yıkıcı, Ajitatif, Ofansif*
- Rakip Örgüt Üyeleri: *Yıkıcı, Ajitatif, Ofansif, Ayrıştırıcı, Dönüştürücü*

- Rakip Örgüt Sempatizanları: *Ayrıştırıcı, Dönüştürücü*
- Rakip Örgüt Karşıtları: *Konsolide edici, Defansif*
- Rakip Örgütün Toplumsal Tabanı ve Destekçileri: *Ayrıştırıcı, Dönüştürücü, Yıkıcı*

### 3) Örgüt-içi Alan ve Militanlar

- *Konsolide edici, defansif*

Terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde belirlenen hedef kitle tanımlamaları objektif bir yaklaşımı yansıtırken, terör örgütleri arasındaki subjektif farklılıkları ve koşulları geri planda bırakmaktadır. Bu noktada, terör örgütlerinin, objektif hedef kitle belirlenimlerinin yanı sıra, subjektif koşullar bağlamında hedef kitle önceliklerinin belirlendiğini söylemek mümkündür. Buna göre, terör örgütünün içinde bulunduğu yaşam evresi, ölçeği, motivasyonu ve konjonktürel taktik hamleleri, hedef kitle önceliklerini belirleyen faktörleri oluşturmaktadır.

Terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere kullandıkları araçlar ele alındığında, geniş bir çerçevede, farklı hedef kitlelere uygun çeşitli unsurların araçsallaştırıldığı görülebilmektedir. Harmon ve Bowdish söz konusu araçları farklı yönleri ile tasnif etmekte bu çeşitliliği somutlaştırmaktadır. Buna göre terör örgütleri, yazılı, görsel ve işitsel olmak üzere temelde 3 farklı propaganda araç tipine başvurumaktadırlar. Bununla birlikte söz konusu propaganda araç tipleri ve nitelikleri Harmon ve Bowdish tarafından şu şekilde sınıflandırılmaktadır<sup>21</sup>:

- **Bildiriler, afişler, broşürler, kitaplar ve benzer yazılı ve görsel materyaller:** Bu araçlar, kısa süre içerisinde hazırlanabilmeleri ve kısa sürede kitlelere ulaştırılabilmeleri sebebiyle terör örgütleri tarafından halen sıklıkla kullanılmaktadırlar.
- **Dergiler, gazeteler ve haber ajansları:** Terör örgütleri, kendi örgütsel imajları ve meşruiyet arayışları dolayısıyla, sözde “resmi yayın organı” ve “sürekli yayın” niteliğine sahip olan dergi ve gazetelerin yayımlanmasına büyük bir önem atfetmektedirler. Bununla birlikte, sözde haber ajansı sıfatı atfedilen medya organları da terör örgütlerinin bu arayışlarının bir parçası olarak değerlendirilebilmektedir.
- **Tv kanalları:** Dergi ve gazete yayınlarına benzer biçimde, Tv kanalları ve Tv yayınları da terör örgütlerinin en önemli propaganda araçları arasında yer almaktadır. Tv kanalları, terör örgütlerine, daha geniş kitlelere ulaşabilme ve propaganda mesajlarında çeşitlilik imkanı sunmaktadır.

---

<sup>21</sup> Cristhoper C. Harmon, Randall G.Bowdish, *Terrorist Argument: Modern Advocacy And Propaganda* (Washington: Brookings Institution Press, 2018), 11-25.

- **Web siteleri, sosyal medya ve siber alan:** Terör örgütlerinin propaganda faaliyetleri açısından internet ve siber alan bugün itibariyle son derece kritik bir yere sahiptir. Özellikle, günümüzde sosyal medya araçlarının sahip olduğu etkinlik düzeyi, bu araçları terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerinde “hızlı dolaşım-hızlı etki” arayışını karşılayan unsurlara dönüştürmektedir.

## Sonuç

Terörizmle mücadelede propagandaya karşı koymanın önemi, terör örgütlerinin propaganda imkan ve kabiliyetlerini her geçen gün geliştirmelerine paralel olarak artmaktadır. Bu bağlamda, terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerine ve stratejilerine karşı, etkin yaklaşımların geliştirilmesi geçmişe kıyasla daha öncelikli arayışlar arasına yerleşmektedir. Bu noktada terör örgütlerinin propaganda stratejilerinin analizinde bütünsel bir modelin esas alınması ise söz konusu arayışa yanıt sunabilecek bir husustur. Terör örgütlerinin propaganda stratejilerini, ana nitelikler, bileşenler ve unsurlar temelinde analiz etmeyi öngören yaklaşım biçimi, etkin bir propagandaya karşı koyma stratejisinin geliştirilmesine de zemin teşkil edebilecektir.

Bu çerçevede, terörizmle mücadelede propagandaya karşı koyma stratejisi geliştirilmesi bağlamında ilk olarak terör örgütlerinin propaganda stratejilerinde öne çıkan ana niteliklerin bir analiz birimi olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Mücadele edilen terör örgütünün hangi yaşam evresinde olduğu, örgütün hangi yapılanma biçimine ve ölçeğe sahip olduğu ve konjonktürel/taktik hamlelere ilişkin geçmişten bu yana örgütsel davranışlarıyla ortaya koyduğu örüntüler, ilgili terör örgütüne yönelik olarak geliştirilmesi öngörülen propagandaya karşı koyma stratejisinin sınırlarını, zeminini ve çerçevesini belirlemektedir. Bununla birlikte, bu sınırlar ve çerçeve içerisinde, ilgili terör örgütünün propaganda faaliyetlerini pratiğe geçirmesine imkân veren birincil ve ikincil kaynaklar, propaganda faaliyetlerinde ön plana çıkan düzey, tür, yön ve araçlar ile birlikte hedef kitlelerin ve hedef kitlelere yönelik propaganda mesajlarının amaçlarının tasnifi ve analizi bu bakımdan ikinci temel noktayı oluşturmaktadır. Bu bağlamda söz konusu bileşen ve unsurların oluşturduğu kombinasyonların ve etkileşimlerin analizi; bu bileşen ve unsurlar arasında ön plana çıkan etkileşimlerin tespiti, propagandaya karşı koyma bağlamında bütünsel bir stratejiye erişimi nihai olarak mümkün kılmaktadır.

## Kaynakça

Alex P. Schmid, “Terrorism as Psychological Warfare”, Democracy and Security, C. 1, S. 2 (2005)

- Carol Barner Barry, Robert Rosenwein, *Psychological Perspectives on Politics* (New Jersey: Prentice Hall, 1985)
- Carol K. Winkler, Kareem El Damanhoury, *Proto-State Media Systems: The Digital Rise of Al-Qaeda and ISIS* (Oxford: Oxford University Press, 2022)
- CIA, *Psychological Operations in Guerrilla Warfare*, (CIA, 1983)
- Cristhoper C. Harmon, Randall G. Bowdish, *Terrorist Argument: Modern Advocacy And Propaganda* (Washington: Brookings Institution Press, 2018)
- Denis Mcquail, Sven Windahl, *İletişim Modelleri*, çev. Konca Yumlu (Ankara: İmge Kitabevi, 2005)
- Edward S. Herman, Noam Chomsky, *Manufacturing Consent The Political Economy of The Mass Media* (New York: Pantheon Books, 1995)
- Harold D. Laswell, Dorothy Blumenstock, *World Revolutionary Propaganda* (New York: Knopf, 1939)
- Joanne Wright, *Terrorist Propaganda: The Red Army Faction and the Provisional IRA: 1968-1986* (New York: Palgrave Macmillan, 1990)
- Joshua Sinai, "A Conceptual Framework For Resolving Terrorism's Root Causes", *Root Causes of Terrorism: Myths, Reality and Ways Forward*, ed. Tore Bjorgo (New York: Routledge, 2005)
- Kim Cragin, Scott Gerwehr, *Dissuading Terror: Strategic Influence and the Struggle Against Terrorism* (Washington D.C.: Rand Corporation, 2005)
- Neville Bolt, "Propaganda of the Deed and Its Anarchist Origins", *The SAGE Handbook of Propaganda*, ed. Paul Baines, Nicholas O'Shaughnessy, Nancy Snows (London: Sage Publications, 2020)
- Or Honig, Ariel Reichard, "The Usefulness of Examining Terrorist's Rhetoric for Understanding the Nature of Different Terror Groups", *Terrorism and Political Violence*, C. 31, S. 4 (2017)
- Peter Waldmann, "Social-Revolutionary Terrorism in Latin America and Europe", *Root Causes of Terrorism: Myths, Reality and Ways Forward*, ed. Tore Bjorgo (New York: Routledge, 2005)
- William J. Pomeroy, *Marksizm ve Gerilla Savaşı*, çev. A. Sarıali (İstanbul: Belge Yayınları, 1992)

SavunmaTR<sup>®</sup>