

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ANA BİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI

TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER ALANINDA TANITIM ÇALIŞMALARI

Danışman
Yrd.Doç.Dr. Mustafa ÖZODAŞIK

160845

Hazırlayan
Necmi TEZCAN

KONYA-2005

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	5
Çalışmanın Problemi.....	8
Çalışmanın Amacı.....	8
Çalışmanın Kapsamı.....	9
Araştırma Yöntemi.....	9
Varsayımlar.....	10

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIMDA MEDYA (BASIN-YAYIN) MEDYANIN GÜCÜ

1. Halkla İlişkiler ve Medya.....	11
2. Medyanın Toplumdaki Başlıca Görevleri.....	13
3. Medyanın Dünya Üzerindeki Gücü ve Rolü.....	14
4. Türkiye'de Medyanın Konumu ve Gücü.....	16

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM GÖREVİ

1. Türk Silahlı Kuvvetlerin de Halkla İlişkiler ve Tanıtım Uygulamaları.....	19
1.1. Barış zamanı uygulamaları.....	19
1.2. Seferberlik ve savaş zamanı uygulamaları.....	21
2. Türk Silahlı Kuvvetlerin de Daha İyi Tanıtılma ve Kamuoyu Oluşturma İhtiyacı.....	25
3. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Çalışmalarının Genel Stratejisi... ..	27
4. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Çalışmalarında Uygulanacak Eylem Planları.....	28
5. Tatbikatlarda Basın, Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Ait Prensipler.....	35
5.1. Genel hususlar.....	35
5.2. Milli tatbikatlarda basın, halkla ilişkiler ve tanıtım.....	36
5.3. NATO tatbikatlarında basın, halkla ilişkiler ve tanıtım.....	37
6. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Çalışmalarındaki Prensip, Hedefler ve Yöntemler.....	38

7. Psikolojik Harekat Açısından Tanıtımın Amaç ve Önemi.....	40
8. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Çalışmalarındaki Hedef Kitle	41
8.1. Dış hedef kitle	41
8.2. İç hedef kitle	41
9. Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Çalışmalarını Planlamak Amacıyla Komuta Katının Onayı ile Yapılabilecek Araştırmalar	42
9.1. Çevreyi izleme amaçlı araştırmalar	42
9.2. İletişim araştırmaları.....	42
10. Türk Silahlı Kuvvetleri Kurum İçi İletişim Amaçları	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENEL KURMAY BAŞKANLIĞI TANITIM ÇALIŞMALARI

1. Türk Silahlı Kuvvetleri 'nde Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümlerinin Organizasyonu	45
1.1. Genel Kurmay Başkanlığı ve Kuvvet Komutanlıkları görev, yetki ve sorumlulukları	45
1.1.1. Genel Kurmay Başkanlığı	45
1.1.2. Kara, Deniz, Hava Kuvvet Komutanlıklarının görev ve sorumlulukları	48
1.1.3. Jandarma Genel Komutanlığının görev ve sorumlulukları	49
2. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Yönelik Kullanabileceği Uygulamalar	51
2.1. İnsan	52
2.2. Basılı araçlar (Yazılı kitle iletişim araçları)	53
2.3. Sesli, görüntülü ve elektronik araçlar	57
2.4. Sergiler	63
2.5. Toplumsal etkinlikler	65

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK YILDIZLARI

1. Türk Yıldızları'nın Kuruluşu ve Amacı.....	77
2. Türk Yıldızları'nın Yurtiçi ve Yurtdışı Görevlerinin Planlanması Sorumluluğu ve Tanıtıma Yönelik Çalışmalar	80
3. Türk Yıldızları'nın Basın Gözüyle Değerlendirilmesi	82

BEŞİNCİ BÖLÜM
TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNİN TV PROGRAMLARI YOLUYLA
TANITIM ÇALIŞMALARI

1. Tanıtım Programlarının Hazırlanması	87
2. Programların Yayınlanma Modeli	91
3. Programların İçeriği ve İzlenirliği	91
Sonuç ve Öneriler.....	95
1. Sonuç.....	95
2. Öneriler.....	96
Kaynakça	98
Ekler	100



GİRİŞ

Türk tarihinin başlangıcından bugüne kadar geçen zaman içerisinde Ordu-Millet kavramı ile oluşan ve Türk halkın gönlünde taht kuran Türk Silahlı Kuvvetleri, son yıllara kadar bütün kitle iletişim araçları tarafından saygı gösterilen ve hakkında tartışma açılmayan bir kurum olma durumunu muhafaza etti. Ancak, 1990'lı yılların başlarından itibaren özel radyo ve televizyon yayıncılığına izin verilmesi ve demokratikleşme kapsamında yayın hayatına giren özel televizyon ve radyolar, kendi izleyici sayısını artırmak maksadıyla yayınladıkları reyting amaçlı, sansasyonel haber ve programlar, Türk Silahlı Kuvvetleri hakkında bugüne kadar olduğu gibi, olumsuz haber/program yapılmaması ve dokunulmazlığını da etkiledi. Bunu diğer yazılı kitle iletişim araçları içerisinde yuvalanan sistem karşıtı bölücü toplum ve örgütlerin yayınları takip etti.

Medya etkisinden büyük oranda faydalanan ve bunu kullanan bölücü terör örgütleri, amaçlarını gerçekleştirmede en büyük engel olarak gördükleri Türk Silahlı Kuvvetleri'ni, kendi yayınları ve/veya kendi görüşleri doğrultusunda yayın yapan kitle iletişim araçlarıyla, yalan/uydurma haber ve programlar yaparak halkın gözünden düşürmeye çalışmaktadır.

Bu yayınlar 1988-1997 yılları arasında Doğu ve Güneydoğu'da yaşayan toplum üzerinde etkisini göstermiştir. Bazı yayın organları, yazar ve programcılar, bilerek veya bilmeyerek sansasyonel yazı ve programlar yaparak, siyasi görüşü doğrultusunda veya kendi reklamını yapmak maksadıyla, terör örgütlerinin faaliyetlerine alet olmaktadır. Özellikle KADEK terör örgütü ve yanlısı kurum ve kuruluşlar, maddi imkanlarının fazla olması nedeniyle, yurt içinde ve yurt dışında sahip oldukları kitle iletişim araçları vasıtasıyla, doğrudan devlet ve Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhinde yayınlar yapmaktadır. Devlet ise, uzun süre bu şer yayın araçlarına ve odaklarına karşı etkin önlemler alma konusunda geç kalmıştır. Oysa ki, medyanın ticari bir kuruluş olduğu ve çıkarlarının bulunduğu göz önüne alınarak, ulusal güvenliğe zarar verecek ve ulusal çıkarları zedeleyecek yayınları engelleyecek tedbirlerin alınması hususu daima ön planda tutulmalıdır.

Bu amaçla 1990'lı yılların başında Milli Güvenlik Kurulu'nun, hükümeti, bu yayınların engellenmesi konusunda uyarması sonucu hükümet kararlı bir şekilde bölücü ve yıkıcı unsurların medyayı kullanmasını engellemek maksadıyla faaliyetlere başlamıştır. Türk Silahlı Kuvvetleri, aleyhinde yapılan yayınlar hakkında kanuni takibata başlanırken, medya yöneticileri ile yazar ve programcılarına yönelik, bilgilendirme toplantıları ve brifingleri yapılmıştır. Alınan bu ve buna benzer etkin önlemler sonucunda Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhine yapılan yayınlar zaman içinde azalmaya başlamıştır.

Genelkurmay Başkanlığı'nın 1997 yılından sonra düzenlemeye başladığı Güney Doğu Anadolu basın gezileri de bu anlamda üzerinde özenle durulması gereken önemli bir çalışmadır.

Konuyla ilgili olarak Britanya Özel Kuvvetler Uzmanı olarak adlandırılan Tümg. Richard Clutterbuck'ın sözlerine bakmakta yarar vardır: "Televizyon kamerası sokaktaki başı boş bir silah gibidir. Her iki taraf da bu silahı alıp kullanabilir. Eğer hükümetler bu silahı sözünü ettiğim tarzda memurlarını, polislerini ve askerlerini gazetecilere yardımcı olmaya ve onların sorularını yanıtlamaya teşvik ederek kullanacak olursa, bu silah herhangi bir sansür ve hükümet denetiminden çok daha etkili olacaktır." demektedir.

Tüm bunlarla birlikte 1980'li yılların ortalarından itibaren, başlangıçta illegal olarak yurt dışında yayına başlayan televizyonlar ve yurt içinde yayın yapan radyoların bu faaliyetlerini düzenleyen herhangi bir hukuki bir mevzuat bulunmamaktaydı. Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının faaliyetleri hukuki olarak kontrol altına alınamıyor, devlet ve Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhinde uydurma ve sansasyonel programlar hazırlanarak yayınlanabiliyordu. Ancak 08 Temmuz 1993 tarihinde 3913 sayılı yasa ile Anayasanın 133 ncü maddesinin değiştirilmesi ile, bu kitle iletişim araçları legal hale getirildi. Anayasa değişikliğine uygun olarak 20 Nisan 1994 tarihinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları hakkında kanun çıkarıldı. Bu kanuna uygun olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu teşkil edildi. Bu kurul radyo ve televizyon yayınları ile ilgili onüç yönetmelik hazırlanmıştır. Bu yönetmeliklerden birisi kanundaki yayın ilkelerinin uygulanmasını açıklayan yayın yönetmeliğidir. Bu yönetmelik, radyo ve televizyonlarda yapılacak yayınlarda dikkate alınması gereken ilkeleri belirtmektedir. Ayrıca bu ilkelere uymayan kitle iletişim araçlarına sahip kuruluşlara etkin müeyyideler getirilmektedir.

Genelkurmay Başkanlığı Basın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Başkanlığı, kitle iletişim araçlarını kullanarak Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhine yapılan faaliyetlere karşı uygun politikaları tespit ederek uygulamaktadır. Yine, Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhine ve askerlikten soğutucu faaliyetlere karşı aktif politika uygularken, Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tartışma ortamına çekmek ve sansasyonel program yapma amacı içerisindekilere karşı tartışmaya girmeyecek şekilde pasif politikalar doğrultusunda faaliyette bulunmaktadır. Tatbik edilen bu politikalar ile Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhinde faaliyette bulunanların cesaretleri kırılırken tartışma ortamına girilmeyerek Türk Silahlı Kuvvetleri'nin toplum üzerindeki güvenilirliğinin ve saygınlığının devamlılığının sağlanmasına çalışmaktadır.

Medyanın, ülkenin en ücra köşelerine kadar yayıldığı ve girdiği dikkate alınarak, mahalli televizyon ve radyo yayınlarının yapılmaya başlandığı günümüzde bunların izlenmesi ve Türk Silahlı Kuvvetleri aleyhine yapılacak yayınlara tedbir alınması için, o bölgedeki Türk Silahlı Kuvvetleri unsurlarına yayınların izlenmesi ve rapor edilmesi konusunda büyük görev düşmektedir.

Devlet ve Türk Silahlı Kuvvetleri, aleyhindeki bu yayınlara karşı alınan önlemlerin yanında, TRT kanallarında ve diğer kitle iletişim araçları yöneticilerinin, yazarlarının ve programcılarının bilinçlendirilmesi sonucu, özel radyo ve televizyonlardan, gazete ve dergilerden Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kamuoyundaki saygınlığını ve güvenini artırıcı tanıtıcı amaçlı yayın ve faaliyetlerde bulunmak zorundadır.

Tanıtımda önemli diğer bir konu ise, doğrudan olmasa bile, yarattığı güven ortamı sayesinde dolaylı olarak ekonominin gelişmesine yaptığı katkı olmalıdır. Bu güven ortamının yaratılabilmesi için halktan toplanan vergilerle varlığını ve faaliyetlerini gerçekleştiren Türk Silahlı Kuvvetleri, kendisine ayrılan mali kaynağın ne kadar olumlu kullanıldığını da halka anlatmak durumundadır.

Çalışmanın Problemi

Türk Silahlı Kuvvetlerinde Halkla İlişkilerde Tanıtım çalışmaları üzerine kavramsal çalışma.

Çalışmanın Amacı

Demokratik yönetimlerde kamuoyunun önemi çok açıktır. Arkasında halk desteği olmadan görev yerine getirmeye çalışan kamu kuruluşları, yapmaya çalıştıkları görevleri esnasında çeşitli güçlüklerle karşılaşabilecekleri gibi görevleri olumsuzda sonuçlanabilecektir.

Demokratik yönetimle yönetilen ülkemizde de, bir kamu kuruluşu olarak görev yapan Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yapısı, işlevi, uygulamaları hakkında halkı bilgilendirmesi toplumsal bir sorumluluk yanında, görevini gereği gibi yapabilmesi açısından da uygun olacaktır.

Gerek yurt içi, gerek yurt dışında Türk Vatanını ve Milletinin bağımsızlığının ve güvenliğinin sağlanması ve korunmasında en önemli rolü oynayan Türk Silahlı Kuvvetleri ile halk arasında iletişim ve ilişki kopukluğunun meydana gelmesi, özellikle iletişim araçlarının çok etkili olduğu günümüzde, egemenlik konusunda Türk Milletinin en temel dayanağı olan Türk Silahlı Kuvvetleri'ne karşı yurt içi ve dışından kasıtlı olarak yürütülen karalama kampanyaları sonucunda, halkın Türk Silahlı Kuvvetleri'ne karşı olan güven ve bağımlılığı giderek azalacaktır.

Bu olumsuz etkinin ortadan kaldırılması ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kamuoyunda ki güvenilirliğinin muhafaza edilmesi için, bünyesinde çalışan Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Departmanı tarafından, gerçekleştirilen çalışmaların neler olduğu, bu çalışmaları nasıl gerçekleştirdiği ve bu çalışmaların nasıl daha iyi olabileceği, tespit edilerek gerekli tedbirlerin alınması konusunda teklifler sunmak, çalışmanın amacı olacaktır.

Çalışmanın Kapsamı

Çalışmanın birinci bölümünde halkla ilişkiler ve tanıtım da medya ve medyanın Türkiye’de ki ve dünyada ki gücüne değineceğiz. İkinci bölümde ise, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım da neleri nasıl yaptığına, ve kullanılan sistem ile esaslara değineceğiz. Üçüncü bölümde Türk Silahlı Kuvvetleri’nin bünyesinde görev yapan basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım birimlerinin kuruluşlarına, çalışma yöntemleri ile çalışmalarında nelerden yararlandıklarına değineceğiz. Dördüncü bölümde Türk Silahlı Kuvvetleri’nin iç ve özellikle dış tanıtımına yönelik faaliyetlerinden biri olan Türk Yıldızları’nın tarihçesi, kuruluşu ve çalışmalarına değineceğiz. Beşinci bölümde ise, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarının TV kanallarına nasıl aktarıldığına ve son bölümde de bu çabaların sonuçlarının neler olduğu, bu bağlamda nelerin yapılmasının uygun olacağı konusundaki tekliflerimize değineceğiz.

Araştırma Yöntemi

Kamu kuruluşları içerisinde yaptığı görev itibariyle özelliği olan Türk Silahlı Kuvvetleri, Anayasaya bağlı kalmak şartıyla kendi kuruluşu içerisinde oluşturduğu özel kanun ve yönetmeliklere göre idare edilmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri’nin iç ve dış düşmanlara karşı gereği gibi görevini yerine getirebilmesi için bazı konularda gizlilik esastır. Bu bağlamda araştırma; istihbarata karşı koyma tedbirlerini de göz önünde bulundurarak, Türk Silahlı Kuvvetleri hakkında basın yayın faaliyetlerini yürütmeye yetkili tek organ olan ve Genel Kurmay Başkanlığı bünyesindeki Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım birimiyle koordineli olarak yapılacaktır.

Varsayımlar

1. Medya her alanda olduğu gibi, kamuoyunun, Türk Silahlı Kuvvetleri hakkındaki fikir ve düşüncelerine de olumlu yada olumsuz olarak etki edebilmektedir.
2. TV kurumları, Türk Silahlı Kuvvetleri hakkındaki programları diğer kamu kuruluşlarına göre istihbarata karşı koyma gereği daha dar bir kapsamda yapabilmektedir
3. Türk Silahlı Kuvvetleri kamuoyunda en güvenilir kamu kuruluşu olarak görölmektedir.
4. Dünya da, ses üstü (Süpersonik) hızda uçabilen ve aynı anda 8 uçak ile gösteri yapabilen tek gösteri timi olan Türk Yıldızları, yurtiçi ve özellikle yurtdışında Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımında çok önemli rol oynamaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIMDA MEDYA (BASIN-YAYIN) MEDYANIN GÜCÜ

1. HALKLA İLİŞKİLER ve MEDYA

Latince kökenli bir sözcük olan medya, medium, mediae sözcüğünden gelmekte olup, halka, kamuoyuna ait olan anlamında kullanılmaktadır. Kamuoyu denildiğinde ise toplum içindeki insanların inanışları, çeşitli toplumsal olay ve konularla ilgili düşünceleri ve kanaatleri ile bireylerin toplum içinde yarattıkları etkin bir yaptırım gücü anlaşılmaktadır. Çok sık söylendiği üzere medya, içine aldığı basın organları, radyolar ve televizyonlarla toplum içinde dördüncü güç olarak kabul edilmektedir. Bilgi teknolojisindeki gelişmeler de göz önüne alındığında interneti de bu bütün içinde düşünmek gerekmektedir.

Dolayısıyla medyanın üstlendiği bir çok işlevinin yanında en önemli görevi kamuoyu oluşturmaktır. Medya, geniş halk kitlelerine seslenebilme olanağı ile halkın görüşlerinin oluşmasında ve düzenlenmesinde etkin bir konumdadır.

Medya araçlarının etkileri konusunda yapılan araştırmalar yeni kanaatler oluşturmak ve mevcut yerleşik kanaatleri pekiştirici etkisi olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Kişiler, aldıkları bilginin yorumlanması bakımından diğer kişilerin değerlendirmelerinden de etkilenmektedir. Zira kişiler, kitle iletişim araçlarından bilgi almakta, fakat yorum için diğer kişilerin düşüncelerine de bakmaktadırlar. (OSKAY, s.x-1, 1978)

Medya hakkında bazı tanımlamalara bakacak olursak;

Medya; kitlesel iletişim araçlarına verilen addır. (Basın Sözlüğü, s.89, 1998)

Medya; çok zengin kişilerin veya şirketlerin mülkiyetinde bulunan kar amaçlı şirketlerdir. (E.HELMAN, N.CHOMSKY, s.122, 1998)

Medya; gerçekliğin ses (dil) ve görüş (resim) unsurlarına dayalı soyutlamaları kullanarak gerçekliği kendisinde bağımsız bir mesaja dönüştürür. (GÜNEŞ, s.101, 1996)

Medyanın görevlerinin arasında en önemlilerinden biriside topluma haber ve bilgi vermektir. Medyanın bir anlamı da toplumun güneşi olduğu söylenebilir. En temel görevleri olan haber vermenin ve bilgilendirmenin dışında toplumu eğitmek ve aydınlatmakla yükümlüdür. (YÜCEDOĞAN, s.7, 1998)

Medya araştırır, haber verir, bilgi iletir, insanları bilinçlendirir ve bir şeyin lehinde veya aleyhinde kamuoyu oluşturabilir.

Medya, devlete ve özel sektör etkinliklerine hükmeden özel çıkarlara destek sağlama işlerini yerine getiren kuruluşlardır. (HELMAN, CHOMSKY, s.9, 1998,)

Medya ile yapılan yayınlar bir propaganda modeli olup toplumsal amaca hizmet etmektedir. Medyanın toplumsal amacı; topluma ve devlete egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, toplumsal ve siyasal gündemlerini halka aşlamak ve bunları savunmaktır. (HELMAN, CHOMSKY, s.100, 1998)

Yani medya, kamuoyunda düşünce, duygu ve davranış değişiklikleri meydana getirmeye çalışmaktadır.

Kurumsallaşmış batı demokrasilerinde kamuoyunun temsilcisi bağımsız ve özgür basındır. Basının kamuoyu konusundaki rolü iki türdür. Basın, hem toplumsal iradeyi açıklamakta, hem de toplumsal iradeye yön vermektedir. (DARBUDAK, s.12, 2000)

Medya (basın) işletmeleri yazılı ve sözlü basını kapsamaktadır.

- Yazılı basın; gazete ve dergi işletmeleri.
- Sözlü basın; radyo ve televizyon işletmeleridir.
- Yazılı / sözlü basın; İnternet yayıncılığıdır.

Medya unsurları içinde yer alan bazı tanımlamaları açıklamak gerekirse;

Gazete; belirli bir pazarda sabit bir düzende dağıtımı yapılan, zaman ve önemi dikkate alınan bilginin basılmış şeklidir.

Gazete; siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel ve edebi konularda, yorumlu veya yorumsuz haber ve bilgi vermek için her gün veya belirli zaman aralıkları ile yayınlanır.

Dergi; siyaset, edebiyat, kültür, sanat, bilim ve teknik konularını gazeteden daha sıkı bir yöntemle inceleyen, günlük olmayan süreli yayınlardır.

Sözlü basın işletmeleri grubundaki radyo ve televizyon işletmeleri, hizmet üretimini tamamen soyut olarak ortaya koymaktadır. Her iki işletmenin üretiminden de yararlanan tüketicinin elinde kalan somut (fiziksel) bir nesne yoktur.

Geniş anlamda basın; belirli zamanlarda basılı her çeşit haberleri ve fikirleri topluma ulaştıran tüm yayın ürünleridir. Genellikle günlük basın ürünlerine “gazete”, haftalık, onbeş günlük ve aylık basın ürünlerine de “dergi” denilmektedir. Geniş anlamda yayın ise, gazete ve dergilerin yanında radyo ve televizyon gibi tüm kitle iletişim araçları ile kamuoyuna sunulan her şeydir. (İNÜĞÜR, s.63, 1993)

2. MEDYANIN TOPLUMDAKİ BAŞLICA GÖREVLERİ

Medya tarihi, geniş halk kitlelerinin merkezi otorite karşısındaki hak ve hürriyetlerinin mücadelesi olarak şekillenmiştir. Bugün toplumlarda halkın devlet ve sermaye karşısındaki konumu, toplumun demokratik yapısının düzeyi açısından önem kazanmaktadır. Medya bu iki büyük güç karşısında halkın siyasi ve ekonomik çıkarlarının savunuculuğunu yapmak zorundadır.

Yayıncılık faaliyeti, ister özel sektör, ister kamu sektörü tarafından yürütülsün, tarihi gelişim itibarı ile KAMU YARARINI esas almak zorundadır. Yani medya, devleti idare edenlerin, işadamlarının, çıkar guruplarının istekleri doğrultusunda hareket etmemeli, bilakis geniş halk kitlelerinin ve kamunun yararını ön plana almalıdır.

Medya kendi başına, bağımsız bir odak değil. Medya, iktidarın iletişim alanında ki topu, tankı, tüfeği haline gelmiş, iktidar dışındaki tüm hedeflere saldırıyor. Binbir tekniği pususu var. İsteddiğini öne çıkarıyor, istemediğini gizliyor, bozuyor, büküyor, kırıyor ve saçıyor. Asli görevi olan gerçeğin çeşitli boyutlarını yansıtacağı yerde savaş aşmış durumda gerçeğe karşı. (DURAN, s.20, 1996)

Oysaki, medya geniş kitlelerin doğru, hızlı ve tarafsız olarak haber alma ihtiyacına cevap vermek zorundadır. Sağlıklı kamuoyu oluşumu geniş ölçüde buna bağlıdır. Halkın medya ile ilişkisini tek yönlü olarak değerlendirmek eksik olur. Medya aynı zamanda toplumun mesajlarını da doğru, hızlı ve etkili biçimde yansıtmalıdır. Böylece vatandaşlar

fikir, istek ve ihtiyaçlarını duyurma şansına sahip olacaklar, yalnız etkilenen değil, aynı zamanda etkileyebilen konumuna geleceklerdir. Medya bu görevi yerine getirirken toplumda bütün fikirlere açık olmak ve sansürcü davranmamak mecburiyetindedir. (TURAM, s.35, 1996)

Medyanın sayılı ellerde toplanması sansür kadar tehlikelidir. Medya da tekelleşme sansürün ikiz kardeşidir. Ülkemizde henüz zme kavuşturulmamış bu sorun, demokratik ülkelerde anti-trst yasaları ile önlenmektedir.(BİLGİN, s.134, 1996)

Demokrasiyi korumak ve geliştirmek medyanın tarihi sorumluluğudur. Toplumun medya düzeni, her koşulda geniş kitlelerin demokratik haklarını korumak, savunmak ve geliştirmek istikametinde faaliyet göstermelidir. Demokratik düzenin korunması ve geliştirilmesi bütün toplum için hayati önem taşımaktadır.

3. MEDYANIN DÜNYA ÜZERİNDEKİ GÜCÜ ve ROLÜ

Medyanın gücü kavramı; ikna etme, seferber etme veya bilgilendirme bakımından çeşitli şekillerde tanımlanabilir Diğer bir kavramlaştırma ise medyanın kimin gücünü kullanacağı veya kolaylaştıracadıdır. Toplumun tümü için mi yoksa belirli bir sınıf veya baskı grubu için mi bunu yapacaktır? Bu konudaki kuramsal görüşler, medyanın, toplum içinde daha fazla siyasal ve ekonomik güce sahip olanların görüşünü destekler olduğu yönündedir. Toplum içinde daha fazla siyasal ve ekonomik güce sahip olanlar, medyayı kendi emelleri doğrultusunda kullanırlar. (TURAM, s.198, 1996)

Yalnız burada iki şeyi birbirine karıştırmamak gerekmektedir. Medyanın gücü egemen sınıfın gücüdür demek yerine, medyanın kendisinin bağımsız gücü olmadığı fakat medya aracılığıyla topluma ulaşan siyasal ve ekonomik etkilerin toplum içindeki g merkezlerinden kaynaklandığını eklemek gerekir.

Toplumun içinde medya toplumsal yaşamla o kadar birleşmiş durumdadır ki, medyayı bağımsız bir güç kaynağı ve etki kaynağı olarak görmek anlamsızdır. Zaten, medyanın etkinlikleri toplum içindeki kişilerin gereksinmeleri, çıkarları, ilgileri ve amaçlarına yöneltilmiştir.

Medya çoğu kez enformasyonu çoğunluğa çabuk ve etnik bir Şekilde aktaran tek pratik aracıdır. Aynı zamanda propagandayı da çoğunluğa yöneltir. Ayrıca medyanın toplum içinde ¼nlenme, tanınma, dikkat çekme aracı olarak hizmet ettiğini akıldan çıkarmamak gerekir.

Medya, kamu kuruluşları ile kamu arasında bir iletişim kpr¼s¼ niteliğindedir. Bu bağlamda kamuya dn¼k etkinliklerin kamu tarafından denetimi açısından da dikkate alınmalıdır. Saydam devlet, saydam kamu kuruluşları idealine, anlayışına bir katkı niteliğindeki bu işlev kamu etkinliklerine kitlesel desteğin sağlanması yardımcı olacaktır. Bu da devlet ve yurttaş arasında ki uzaklığın azalmasına ve ulusal bilinci nde tutan bir anlayışın yerleşmesine katkıda bulunacaktır. (GEZGİN, s.11, 1998)

Gazete ve dergilerin dışında, yayın araçları deyince, işitme duyusuna ve göze hitap eden, radyo, televizyon, sinema vb. gibi görsel ve işitsel araçlar akla gelir. Bu araçlarda okuma yerine dinleme ve görme söz konusu olduğundan, okur-yazarlık oranının bir sorun olarak ortaya çıktığı durumlarda, bu t¼r yayın araçları, yazılı basının yetersizliklerini tamamlayıcı bir mahiyet arz eder. Bu özelliği bakımından, özellikle az gelişmiş ¼lkelerde h¼k¼metler, halkla ilişkilerde etkin bir unsur olarak görsel ve işitsel basından geniş l¼de yararlanma yoluna gitmektedirler.

Kitle haberleşme araçları, özellikle radyo ve televizyon, kanıların ve bilgilerin biçimlenme s¼recini b¼y¼k l¼de hızlandırdığı ve seslenen kitlelerin sınırlarını çok arttırdığı, aynı zamanda haber kaynağının alanını da genişlettiği içindir ki, halkın gr¼řlerinin oluşmasında ve d¼zenlenmesinde çok etkin bir duruma ulaşmıştır. (İÇEL, s.9, 1995)

Radyo olayları kulaklara gt¼r¼r; takside, arabada, çalışırken, iş yaparken radyo dinleme olanağı vardır. Radyonun diğer bir özelliği de, okuma-yazma bilmeyenlere ulaşabilme özelliğine sahip olmasıdır.

Televizyon g¼ndelik yaşamımızın öylesine ayrılmaz bir parçası olmuştur ki, kendimize ve en yakın bildiğimiz arkadaşlarımız için söylediğimiz deyimlerden “ bizden biri ”, “ içimizden biri ” haline gelmiştir. ¼stelik çok da sorunsuzdur. (MUTLU, s.10, 1991)

Televizyon, günümüzde gittikçe artan önemi ve etkisi nedeni ile kitle iletişim araçlarından en önemlisidir. Evrenseldir ve etkili bir kitle iletişim aracı olarak dünyanın her yerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Radyo gibi, bu da fikirlerin iletilmesinde işitme ve görme duyusundan yararlanır.

Televizyon genellikle büyük gruplar halinde seyredilen iletişim vasıtası olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla çeşitli çıkar gruplarının etkilerine açık olduklarından, televizyon çok etkili bir psikolojik hareket ve iletişim silahıdır.

Bir insan hayatı boyunca süren bir sosyo-ekonomik süreçte televizyonun oynadığı rolü küçümsememelidir. Zira artık çağımızda televizyon günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiş, ve böylece kültür transferi rolünü üstlenmiştir. Artık günlük yaşamda, fikir ve görüş beyanında ve eleştirici bir kamuoyunun oluşmasında televizyona büyük çapta ihtiyaç duyulmaktadır. (GÖKÇE, s.87, 1993)

Televizyon, olayları kitlelere ulaştırırken, hem ses ve hem de görüntüden yararlanması nedeniyle, bazılarının göre, en etkili medya aracıdır. Ancak, bu noktada, basının alıcılık özelliğinin de bir üstünlük oluşturduğunu gözden uzak tutmamak gerekir.

Televizyon özellikle okur-yazarlık, ulaşım, kentleşme gibi alanlarda geri bulunan ülkelerde başlıca haberleşme ve bildirişim aracıdır. Bu ülkelerdeki geri kalmışlık koşulları içinde, kitle haberleşmesinin gelişmesi, en etkin ve ucuz yoldan televizyonla olabilir. Haberleşme ve iletişim olanaklarının genişletmesi ise insan kültüründe önemli değişikliklere sebep olabilmekte, ilerlemeyi hızlandırabilmekte, hayat tarzının değişmesine yol açmaktadır. (OKSAY, s.10, 1978)

İnternet, en basit anlamı ile bilgisayarların birbirlerine bir network ağ sistemi ile irtibatlandırılması ile oluşturulan, karşılıklı olarak her türlü ses, görüntü ve verilerin gerçek zamanlı olarak aktarımını mümkün kılan bir ağ sistemidir. Bu özelliği ile internet gerçek zamanlı iletişim için kullanılan en etkili yöntem olarak önemini gün geçtikçe daha da arttıracaktır.

4. TÜRKİYE'DE MEDYANIN KONUMU ve GÜCÜ

Türkiye'yi, dünya medyasının konumu ve gücü hakkında literatürde yer alan çeşitli görüş ve yaklaşımların dışarıda tutmamak gerekir. Medyanın konumu ve gücü,

1990'lardan sonra Türkiye için bir şeyler anlatmakta ve ifade etmektedir. Herkes medya üzerinde konuşmaktadır. Yalnızca sokaktaki adamın medyanın önemi, rolü ve gücü hakkındaki bilgilere sahip olduğunu söyleyebilmek güçtür. (TURAM, s.200, 1996)

Gerçekten de, Türkiye'de medya belirli bir güce sahiptir, ama konumu itibarıyla Türkiye genelinde bazı farklılaşmalar göstermektedir. Bu durum, Türkiye'nin doğusu, batısı, kuzeyi ve güneyi bakımından olduğu kadar, aynı zamanda Türkiye'nin çeşitli coğrafi bölgeleri içinde söz konusudur. Daha doğru bir deyişle, medya Türkiye'de eşit ölçüde dağılmadığı gibi, medya merkezleri ile medya hatlarının yoğunluğu ülke düzeyinde farklılık göstermektedir.

Medya, Türkiye'de gerek yerel, gerek bölgesel, gerekse ulusal açıdan belirli bir güç odağıdır. Uluslar arası düzeyde ise, medyanın Türkiye için güç odağı olduğunu söylemek maalesef çok zordur.

Medya, genel kabul görür şekilde, siyasal iktidar için merkezi konumda olma özelliğini taşıırken, toplum içinde etki ve tepki ilişkilerini düzenlemede, yansıtma, aktarmada önemi ve rolü açıktır. Üzerinde fazla tartışılmayan konu ise, Türkiye'de medyanın demokrasi yönünden hatalarının ve sevaplarının ne olduğudur. Medyalı demokrasi Türkiye'de iyi koşullar altında işlev görmekte midir? Yoksa, hiç mi işlememektedir? Türkiye medyatik bir toplum olma özelliğini taşımakta mıdır? Bu sorulara yanıt vermek ilk bakışta hayli zordur.

Türkiye'de medya mülkiyet itibarıyla kamu ve özel kesim elinde toplanmış durumdadır. Kamu kesimi elindeki medyanın gücü ve rolü, özel kesim elindeki medyaca ikinci planda bırakılmaktadır. Bu durum kendisini, 1990'lı yılların başından itibaren, özel radyo, televizyon istasyonlarının kurulması sonucu, yazılı ve görsel basındaki birim ve tekelleşmenin artmasıyla iyice belli etmeye başlamıştır. Yalnız, esas olarak tartışılan, Türkiye'de, İstanbul'da kurulu medyanın konumu ve gücüdür. Türkiye'nin İstanbul dışındaki kentlerine, kasabalarına dağılmış medyanın durumu, konumu, gücü, ancak çok sınırlı ölçüde tartışma konusu olabilmektedir. Her nedense, yerel medyadan fazla söz edilmemekte, edilmek istenmemektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM VAZİFESİ

1. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM UYGULAMALARI

Kurum kimliği ve imajı, sponsorluk, hedef kitle, kriz yönetimi ve internet gibi halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin modern yöntem ve yaklaşımlar göstermektedir ki, halkla ilişkilerin ortaya çıkışından bu yana, insanlığın gelişimine ve demokratikleşmesine paralel olarak, yöntem ve yaklaşımlar da gelişim göstermektedir.

Türk Silahlı Kuvvetlerin de, basın yayın ve halkla ilişkiler çalışmaları, kurum tarafından hazırlanan kendi iç talimatlarına göre yapılmaktadır.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin genel anlamda görevi; kurumsal kimliğini açıklık politikası doğrultusunda iç ve dış kamuoyuna her yönüyle anlatmak üzere; modern teknolojinin sağladığı araç ve gereçleri yeterli ve nitelikli personel ile işleten, doğru ve eksiksiz bilgiyi zamanında ve etkin bir şekilde yayan, faaliyetlerinin icrasını kamuoyuna olan duyarlılığı ile şekillendiren, sağlıklı bir ilişki ve iletişim ağı kurmaktır.

1.1. Barış zamanı uygulamaları

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin barış zamanında ki basın, halkla ilişkiler ve tanıtım çabalarının amaç ve uygulamaları genel olarak aşağıda sıralandığı gibidir.

a. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin hedef kitle üzerinde gerçeklere dayanan olumlu bir imaj elde etmesini sağlamak ve bu imajı sürdürmek,

b. Yaptığı veya yaptırdığı araştırmalarda hedef kitlenin Türk Silahlı Kuvvetleri hakkındaki düşüncelerini öğrenmek, bu bilgileri komuta katına aktarmak ve çözüm önerileri sunmak,

c. İletişim sorunları, bu sorunların çözüm yolları ve iletişim teknikleri konusunda komuta katına yardımcı olmak,

ç. Hedef kitleyi kazanmak amacıyla, onlara Türk Silahlı Kuvvetleri'nin politikaları, hizmetleri, etkinlikleri ve personeli hakkında doğru ve yeterli bilgi vermek,

d. Basına verilecek konuşma metinlerini, haber, fotoğraf ve makaleleri hazırlamak ve dağıtımını sağlamak,

e. Basın toplantıları düzenlemek ve gerektiğinde basın yayın kuruluşu mensuplarının katılacağı basın kokteylini tertiplemek,

f. Komuta katının radyo ve televizyon programlarına çıkması, gazete ve dergilerde yer alması için önerilerde bulunmak,

g. Türk Silahlı Kuvvetleri iç hedef kitlesine yönelik dergi ve gazete çıkarmak, panolar, ilan tahtaları, slayt ve video programları hazırlayarak personelin bilgi ihtiyacını gidermek,

ğ. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtmak amacıyla broşürler hazırlamak ve basmak,

h. Türk Silahlı Kuvvetleri ve birlik logosunun belirlenmesi gibi kurumsal görüntüyü sağlayacak çalışmalarda bulunmak,

ı. Türk Silahlı Kuvvetleri birliklerine geziler ve turlar düzenlemek,

i. Birlik personelini halkla ilişkiler konusunda eğitmek,

j. Sergi, seminer ve konferanslar düzenlemek,

k. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtmak amacıyla dış hedef kitleye yönelik dergi çıkarmak,

l. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin amaç ve hedeflerini belirlemek,

m. Söz konusu faaliyetler için harcanacak zaman ve diğer maliyetleri hesaplamak,

n. Yapılacak faaliyetlerin hedef aldığı kitleyi belirlemek, söz konusu kitleye ulaşmayı sağlayacak kitle iletişim araçlarını saptamak, faaliyetlerin zamanlamasını yapmak, personel, teçhizat ve malzeme gibi kaynakların bu faaliyetlerin yerine getirilmesinde etkin ve verimli bir biçimde kullanılmasını sağlamak,

o. Elde bulunan personel, teçhizat ve malzemenin ışığı altında belirlenmiş amaçlara ulaşabilmenin mümkün olup olmadığı hakkında tekliflerde bulunmaktadır.

1.2. Seferberlik ve savaş zamanı uygulamaları

Türk Silahlı Kuvvetleri, seferberlik ve savaş halinde, basın, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerini aşağıda belirtilen kanunlar çerçevesinde yürütür.

a. 697 Sayılı Ulaştırma ve Haberleşme Hizmetlerinin Olağanüstü Hallerde ve Savaşta Ne Surette Yürütüleceğine Dair Kanun (Madde 8).

“Olağanüstü Hallerde ve Savaşta uygulanacak Ulaştırma ve Haberleşme Planları TSK'nin ihtiyaçları önceliğe alınmak suretiyle; TSK'nin ihtiyaçları bakımından Genelkurmay Başkanlığınca diğer devlet daire ve müesseseleri ile halk ihtiyaçları bakımından Genelkurmay Başkanlığının mütalaası alınmak ve ilgili makamlarla işbirliği yapmak suretiyle Ulaştırma Bakanlığınca ve müştereken barıştan itibaren hazırlanır.”

b. 2941 Sayılı Seferberlik ve Savaş Hali Kanunu Madde 12:

“Seferberlik ilanı ile birlikte sıkıyönetim henüz ilan edilmemiş ise seferberlik ilan edilen bölgelerde Genelkurmay Başkanı'nın teklifi üzerine, Milli Savunma Bakanı'nın inhası, Başbakanın imzalayacağı ve Cumhurbaşkanının onaylayacağı kararname ile görevlendirilen komutanlar, kendi sorumluluk bölgelerinde 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanununda bulunan tedbirleri almaya ve uygulamaya yetkilidir.”

c. 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu Madde 3b:

“Sıkıyönetim Komutanı, sıkıyönetim bölgesinde genel güvenlik, asayiş ve kamu düzenini korumak ve sağlamakla görevlidir. Ayrıca gerektiği hallerde aşağıda yazılı tedbirleri almaya yetkilidir:

Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun yayınları dahil olmak üzere telefon, telsiz, radyo ve televizyon gibi her çeşit araçlarla yapılan yayım ve haberleşmeye sansür koymak, kayıtlamak veya durdurmak ve hizmetin gerektirdiği ahvalde bunlardan öncelikle faydalanmak.”

d. 90/500 Sayılı Seferberlik ve Savaş Hali Kanunu Madde 45:

“Seferberlik ve Savaş Halinde, Kamu Kurum ve Kuruluşlarından hareket kontrolüne alınması gerekli görülenler, Genelkurmay Başkanlığının isteği üzerine, bağlı bulunduğu bakanlık tarafından Türk Silahlı Kuvvetlerine tahsis edilir. Türk Silahlı Kuvvetleri hareket kontrolüne girecek Kamu Kurum ve Kuruluşlarının hareket kontrolüne alınacağı zaman yerine getirilecek görevler ve bu görevlerin yapılmasıyla ilgili esaslar, barış döneminden itibaren Genelkurmay Başkanlığı ile bağlı olduğu kuruluş veya ilgili Bakanlık arasında yapılan protokollerle saptanır.” Bu tür bir protokol sadece TRT ile yapılmıştır.

Madde 2e:

“Harekat Kontrolü, zaman ve bölge olarak sınırlı özel görevlerin başarılabilmesi için, TSK’ne tahsis edilen Kamu Kurum ve Kuruluşları veya bunlara ait birimlerin idari ve lojistik sorumluluklar kendi teşkilatına ait olmak üzere kullanılmasında ilgili komutana verilen yetkidir.”

e. Türk Silahlı Kuvvetleri İç Hizmet Kanunu Madde 43 :

“TSK her türlü siyasi tesir ve düşüncelerin dışında ve üstündedir. Bundan ötürü Silahlı Kuvvetleri mensuplarının siyasi parti ve derneklere girmeleri, bunların siyasi faaliyetleri ile münasebette bulunmaları, her türlü siyasi gösteri, toplantı işlerine karışmaları ve bu maksatla nutuk ve beyanat vermeleri ve yazı yazmaları yasaktır.” (POLATCAN, s.63, 2000)

f. Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-Tv Yayınlarını Yönlendirme Kurulu:

Yukarıda belirtilen kanunlar çerçevesinde oluşturulan bu kurulun teşkilatlanması, yönetim esasları ve amaçlarından söz edecek olursak;

(1) Teşkilatlanma:

Seferberlik ve savaş halinde TRT’nin sevk ve idaresinin Genelkurmay Başkanlığının hareket kontrolünde sürdürülmesini temin maksadıyla; Genelkurmay Başkanlığı karargahında, her iki taraf temsilcilerinin katılımı ile “Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV yayınlarını Yönlendirme Kurulu” adı ile bir teşkilat kurulur.

(2) Yönetim esasları:

(a) Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV Yayınlarını Yönlendirme Kurulunun alacağı kararlar TRT Genel Müdürlüğü Harekat Merkezine iletilir. Gerekirse bu merkez kurulun bu kararlarını ilgili bölge müdürlüğü/müdürlükleri veya Ankara Radyo Harekat Merkezine bildirir. Alınan kararlar değiştirilmeden ve geciktirilmeden zamanında yürürlüğe girer.

(b) Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV yayınlarını Yönlendirme Kurulu yönetimini; TRT Genel Müdürlüğünün 23 Eylül 1992 gün ve B.02.2. TRT 0.32.00.01/449 sayılı Seferberlik ve Savaş halinde uygulanacak genel yayın planı esasları çerçevesinde yürütür. Ancak TSK'nin istek ve ihtiyaçları ön planda tutulur. Genelkurmay Başkanlığının lüzum görmesi halinde yurtiçi ve yurtdışı yayınların esas ve öncelikle işlenecek konularında gerekli düzenlemeler yapılır.

(c) Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV yayınlarını Yönlendirme Kurulu haber ve bültenlerin sayı ve süresinde değişiklik yapabilir. Haber program ve yorumları tespit etmek; işlenecek temaları, program yapımcı ve yorumcuları tasvip etmek kurulun görevlerindedir.

(d) TRT Haber Dairesi Başkanlığınca hazırlanan; ülkenin güvenlik ve savunmasını doğrudan ilgilendiren konularda yayınlanacak bir haber; TRT Haber Dairesinde görevli Genelkurmay Başkanlığı temsilcisi tarafından, Genelkurmay Başkanlığının olumlu görüşlerinin alınmasını müteakip yayınlanabilir.

(e) Genelkurmay Başkanlığı karargahında bulunan Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV Yayınlarını Yönlendirme Kurulunca hazırlanan bir haber/haber program Genelkurmay Başkanlığının tasvibini müteakip yayınlanabilir.

(f) Kurul; TRT Genel Müdürlüğünün Seferberlik ve Savaş Hallerinde uygulanacak genel yayın planını da göz önünde bulundurarak, belirli süreler içerisinde söz ve drama programlarında öncelikle işlenecek konuları tespit eder. İcra için gerekli direktifleri ilgili kurul üyesi/üyeleri vasıtası ile verir, sonucu takip ve kontrol eder. Kurul çalışmalarında TRT Genel Müdürlüğünün Seferberlik ve Savaş Hallerinde uygulanacak genel yayın planının muhtelif bölümlerinde yer alan aşağıdaki hususlar öncelikle dikkate alınır:

(1) Türk Silahlı Kuvvetleri mensuplarının moralini en üst düzeyde tutabilecek programlar tespit edilir.

(2) Halkın Türk Silahlı Kuvvetlerinin hareketi ile yakından ilgilenmesini, Onu desteklediğini, Onun için hiçbir fedakarlıktan kaçınmayacağını gösteren programların yazımı planlanır.

(3) Hedef devlet veya devletlerin haksız tutum ve davranışlarının dünya kamuoyuna en çarpıcı bir şekilde nasıl yayınlanabileceğinin esasları belirlenir.

(4) Tarafsız devletlerin Türkiye'nin yanında yer almasını kolaylaştıracak radyo ve TV yayınları tespit edilir.

(5) Türkiye'nin davasında haklı olduğu, komşuları için iyi niyet beslediğini, uluslar arası hukuka bağlı ve saygılı olduğunu kanıtlayacak program türleri belirlenir.

(6) Türkiye'nin milli meselelerde her türlü siyasi mülahazalardan uzak, birlik ve beraberlik içinde olduğu Radyo ve TV yayınları ile en çarpıcı bir şekilde nasıl gösterilebileceğinin yolları aranır.

(7) Yurt dışındaki vatandaşlarımızın amaç doğrultusunda faaliyette bulunmaları için uygun temalar üretilir ve bu doğrultuda çeşitli yayınlar gerçekleştirilir.

(8) Sabotajlara karşı alınacak tedbirler konusunda kamuoyu bilgilendirilir.

(9) Hedef ülke/ülkelerin savaş hazırlıklarının tespiti amacıyla her türlü birlik intikalleri ve konuş değişiklikleri ile ilgili film ve video çekimleri imkanlar ölçüsünde planlanır.

(10) Diğer ülke haber ajansları vasıtasıyla tehdit teşkil eden ülkelerin askeri, ekonomik ve stratejik hedefleri ve hedef ülke halkı temayülleri ile ilgili bilgi temin edilir.

(g) Hedef ülke veya ülkelerin haber bültenleri yakından izlenir. Uluslar arası platformda devletimizi haklı gösterecek haber, programların diğer yayın kuruluşları (CNN, BBC, vb.) vasıtası ile yayınlattırılması temin yolları araştırılır.

(h) Seferberliğin ilanını müteakip TSK'nin personel, araç, mal ve hizmet ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin eğitici filmlerin yayınlanması sağlanır. Bu maksatla TSK Foto Film Merkezi tarafından hazırlanan yapımlardan istifade edilir.

(ı) Sıkıyönetim Komutanlıklarının bildiri, açıklama ve tebliğleri Seferberlik ve Savaş Hali Radyo-TV yayınlarını Yönlendirme Kurulu aracılığı ile koordine edilerek yayınlattırılır. Bu konuda gerekli düzenleme Genelkurmay Başkanlığınca yapılır.

2. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN DAHA İYİ TANITILMA ve KAMUOYU OLUŞTURMA İHTİYACI

Milleti ve vatani için barış ve güvenliği sağlayan Türk Silahlı Kuvvetleri, kendini kamuoyuna tanıtmak, tahsis edilen milli kaynakların uygun ve ekonomik kullanıldığını kamuoyuna duyurmak, ulaştığı eğitim seviyesi ve gücünü iç ve dış tehdide karşı caydırıcı bir güç olarak göstermek, iç ve dış kamuoyunda imaj oluşturmak amacıyla basın ve halkla ilişkiler görevini, diğer kamu ve özel kuruluşlardan çok daha etkin ve verimli bir şekilde yürütmek zorundadır.

Yakın bir geçmişe kadar, basın-yayın vasıtalarının hiç bulunmadığı veya yeterince imkanlarından yararlanılmadığı dönemlerde, kahraman ordumuz kazandığı zaferlere ait menkıbeler ve türkülerin nesilden nesile taşınması ve beşikten itibaren evladın kulağına söylenen ninniler ile ordu peygamber ocağı kabul edilmiş ve halen günümüzde de sürdürülen gurur verici ordu-millet özdeşleşmesi sağlanmıştır. Günümüzde de aynı duygunun devam ettiği kanıtlanmıştır. Bu husus, askerin barışta ve savaşta yüce milleti ve vatani için, her şeyinden feragat etmesinden ve yaptıkları/yapacaklarından fedakarlıklardan kaynaklanmaktadır.

Türk Silahlı Kuvvetleri, yukarıda açıklanmış bulunan hedeflere ulaşmayı; yüzlerce yıllık bir geçmişten kazanılan tecrübeler ve gelenekler, hiyerarşiye saygı, disiplin, emniyet, sorumluluk hissi, emir ve kurallara itaat ve bağlılık, tahammül gibi askerliğin vazgeçilmez özellikleri ile yasa, yönetmelik ve yönergeleri dikkate alarak sağlanmıştır. Bu görev,

Silahlı Kuvvetlerin basın ve halkla ilişkiler teşkilatı, her zaman ve her yerde var olan yazılı, sözlü ve görüntülü basın ve kahraman ordusu hakkında her zaman bilgi almak hakkı bulunan kamuoyu üçgeni içinde tespit edilmiş politika, prensip ve esaslar ile uygulanmaktadır.

Bu uygulamada, Anayasanın basın ve yayımla ilgili hükümleri, kuruluşların ilgili kanunları ve yönergeleri hariç, asker ile medyanın faaliyetlerini düzenleyen ve sınırları çizen bilindiğine kadar herhangi bir anlaşma olmamasına rağmen, bugüne kadar ülkemizde barış döneminde, belirli bir görüşü benimseyen bazı radikal yayın organları dışında medya ile orduyu karşı karşıya getiren önemli bir sorun olmamasından günümüzde her iki tarafta mutludur. Çünkü, oldukça çok önemli ve değişik problemlerle karşı karşıya bulunan ülkemizde her gün gündemi işgal eden tiraj sağlayan ve izleyici sayısını artıran politik, ekonomik ve sosyal haber nitelikli konular mevcuttur. Öyle ise, halen kamuoyu tarafından toplum içinde en güvenilir ve milli güç unsurları arasında en önemli bir kuruluş olarak kabul edilen Silahlı Kuvvetlerin faaliyetlerine, medyanın öncelik vermesi beklenmemelidir.

Buna karşın da Silahlı Kuvvetleri, kamuoyunun anlayış ve desteğini kazanmak ve onu bilgi sahibi kılmak maksadıyla, Genelkurmay Başkanı veya yetki verdiği komutanların açıklamaları ile birlikte tespit edilen politikalar ve irtibat yöntemleri ile sürdürmekte oldukları kamuoyu ilişkilerini, görevin yerine getirilmesi bakımından yeterli ve başarılı gördükleri tahmin edilmektedir.

Türk kamuoyuna yönelik olarak halihazırda 380'i aşkın televizyon, 1500'ü aşkın radyo, 350'si günlük olmak üzere 700'ü aşkın gazete yayın yapmaktadır. (DPT web sayfası adresi <http://www.dpt.gov.tr>)

Bütün bu kitle iletişim araçları arasında sadece TRT, Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili yayınları hakkında Genelkurmay Başkanlığı'nın olumlu görüşünü almaktadır. (32954 Sayılı TRT Kanunu, Madde : 31) TRT'nin geçmişte ve halen yapmakta olduğu, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kamuoyundaki saygınlığı ve güvenilirliğinin devamlılığını sağlama ve olumlu kamuoyunun oluşmasında etkili olabilecek yayınları yapmaya devam etmektedir.

Yayınlanan programlar incelendiğinde programlar incelendiğinde “Silahlı Kuvvetleri Saati” hariç, diğer programlar özel televizyon ve radyoların haber programlarında ve/veya buna benzer olarak hazırlanan programlarında yayınlanabilmektedir. Silahlı Kuvvetler Saati ise, iki ayda bir 25 dakikalık programlar halinde Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili daha önceden belirlenmiş konularda hazırlanmakta ve yayınlanmakta iken günümüzde bu süreç haftada 25 dakika olarak uygulanmaktadır.

Türk Milleti'nin tarihten gelen bir anlayışla, asker millet olma özelliğinden dolayı Türk Silahlı Kuvvetleri'nin 1990 öncesi kamuoyu oluşturma ihtiyacı fazlaca önem taşımamaktaydı. Ancak, 1990 sonrası kitle iletişim araçlarının çok yaygın olarak toplumu bilgi ve fikir bombardımanına tuttuğu çağımızda, daha iyi tanıtımın ve lehte kamuoyu yaratmanın her geçen gün önemi artmaktadır. Özellikle yabancı ülke destekli bölücü terör faaliyetlerine sahne olan ülkemizde, bu şer örgütlerinin psikolojik faaliyetlerdeki ana hedef, Türk Milleti'nin Türk Silahlı Kuvvetleri'ne göstermiş olduğu büyük sevgi, güven ve desteği ortadan kaldırmaya yöneliktir. Bu hedef doğrultusunda yurtiçinde ve yurtdışında, gerek sahip oldukları kitle iletişim araçları ve gerekse çeşitli vasıtalarla yönlendirebildiği kitle iletişim araçları veya münferit yazar ve/veya programcılarla faaliyetlerde bulunmaktadır. Bunların yanında farkında olmadan bu doğrultuda yayın yapan kişi ve yayın kuruluşları da dikkate alındığında ve medyanın toplum üzerindeki etkisi göz önüne alındığında konunun önemi bir kat daha artmaktadır.

Kamuoyu oluşturulması gereken diğer ve önemli bir başka konu ise Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yönetim kademesini oluşturan subay ve astsubayların yetişmesini sağlayan askeri okullarla alınacak kaynakların kalitesini artırmaktır.

3. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ÇALIŞMALARININ GENEL STRATEJİSİ

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği ve edeceği tüm faaliyetlerde, sahip olduğu kaynak, silah, araç, gereç ve teçhizatı yasalar çerçevesinde en etkin şekilde kullanarak; bölgesinde ve dünyada barışın tesisi için hiçbir fedakarlıktan kaçınmadan, Türkiye Cumhuriyeti'nin bütünlüğünü, Laik, Demokratik ve Sosyal Hukuk Devletinin varlığını sonuna kadar savunmada, Atatürk İlke ve İnkılaplarının yaşatılmasında tavizsiz kararlılığını iç ve dış kamuoyunun bilmesini sağlayacak iletişimi gerçekleştirmektedir.

4. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ÇALIŞMALARINDA UYGULANACAK EYLEM PLANLARI

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin basın, yayın, halkla ilişkiler ve tanıtımda uyguladığı eylem planı maddeler halinde belirtilmiştir.

a. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği faaliyetler ile ilgili yasal gerekçeleri her ortamda vurgulamak, yetki aldığı yasa, yönetmelik ve talimatları referans göstermektir.

b. Türkiye'de uzun bir süre yaşayan, dış basın üzerinde etkili olan ve yabancı basın yayın kuruluşları için Türkiye temsilciliği, muhabir, serbest gazeteci olarak faaliyette bulunan kişiler ile irtibata geçilerek, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği faaliyetlerin yasal dayanakları hakkında bilgi vermek ve söz konusu kişilerin dış kamuoyunu doğru bilgilendirmelerini sağlamaktır.

c. Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından yapılan faaliyetlerin haklılığı konusunda kamuoyunu aydınlatmaları için destek sağlamak amacıyla; basın yayın kuruluşu mensupları, üniversite öğretim üyeleri ve kamuoyunu etkileyebilecek kendi alanlarında uzman kişi ve kuruluşlar ile iyi ilişkiler ve bilgi alışverişini devam ettirmektir.

ç. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği faaliyetler ve dahil olduğu olaylarla ilgili kamuoyuna yanlış, yanıltıcı veya eksik aktirilmiş haberlere gereken tepkileri göstermek, haber kaynağının etkinliği ve haberin önemini dikkate alarak işlem yapmaktır.

d. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin etkilendiği olaylar hakkında kamuoyuna zamanında bilgi vermek amacıyla; doğru ve süratli bilgi akışını sağlayıcı tedbirler almak, bürokrasinin etkisini azaltarak inisiyatif kullanılmasını sağlamaktır.

e. Milli Bayramlar, tatbikatlar, ziyaretler ve törenler gibi faaliyetlerin, “aktif basın politikası” ile basın yayın kuruluşu mensupları, askeri ataşeler, gözlemciler ve halk tarafından izlenmesine imkan sağlayarak, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ülke savunmasındaki kararlılığını ve gücünü sergilemektir.

f. Belirli zamanlarda Türk Silahlı Kuvvetleri'nin değişik kurum ve kuruluşlarını ziyarete açarak; personelin eğitim seviyesi, teknolojik donanımı ve harbe hazırlık durumunu kamuoyuna göstermektir.

g. Yurt dışındaki temsilciliklerimizde görevli personel vasıtasıyla, o ülkelerde yapılacak sempozyum, panel ve konferanslarda Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği faaliyetler ile imkan ve kabiliyetleri hakkında bilgiler vermektir.

ğ. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin silah, araç, gereç ve birliklerini tanıtıcı, özendirici yazılı ve görsel yayınların yapılarak/yaptırılarak yurt içi ve yurt dışında kamuoyunun istifadesine sunmaktır.

h. Birliklerin ziyaretçiler için ayrılmış bölgelerinde, Türk Silahlı Kuvvetleri ve birliği tanıtıcı filmlerin gösterilebileceği imkanları hazırlamaktır.

ı. Özellikle ekonomik ve sosyal yetersizliklerin yaşandığı, kamu hizmetlerinin aksadığı bölgelerde, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin elindeki mevcut kaynaklarla kişilerin ihtiyaçlarını karşılama gayretlerini kamuoyuna etkin bir şekilde göstermektir.

i. Yabancı kamuoyu üzerinde etkili olabilecek yazarlar, bilim adamları ve basın yayın kuruluşu mensuplarından Türk Silahlı Kuvvetleri'nin insan haklarına verdiği önemi anlatmak üzere yararlanmak, gerektiğinde söz konusu kişileri Türkiye'ye davet ederek bilgilendirmek, bu faaliyetler için gerekli kaynak tahsisini yapmaktır.

j. Atatürk İlke ve İnkılaplarının Türk Silahlı Kuvvetleri personeli ve Türk halkı tarafından doğru algılanması, özümlemesi ve uygulanması amacıyla; akademik platformlarda üniversite ve sivil akademik kurumlar ile konferans, sempozyum, panel gibi etkinlikler düzenlemek ve sonuçlarını kamuoyuna aktarmaktır.

k. Değişen dünya ve çevre şartları sonucunda Türkiye Cumhuriyeti'nin Balkanlar, Kafkaslar, Ortadoğu, Orta Asya ve Karadeniz bölgesindeki merkezi konumu ile Akdeniz Diyalogu ve Afrika'ya açılım projeleri kapsamındaki hedeflerinin geniş kitlelerce iyi anlaşılmasını sağlamaktır.

Bu özelliklerin ve hedeflerin beraberinde getirdiği koşulları ve bu koşulların dikte ettirdiği ihtiyaçları konuyla ilgili akademik kurumlarla birlikte sempozyum, panel vb. gibi faaliyetlerle tartışmaya açmak ve varılan sonuçları mümkün olan bir açıklıkla kamuoyuna anlatmak, söz konusu ihtiyaçların karşılanmasında izlenecek yöntemleri ve yapılan işlemleri tümüyle kamuoyunun bilgisine sunmaktır.

1. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kendisine tahsis edilen kaynakları muhtelif faaliyetlerde kullanırken, faaliyetlerin düzenlenme gerekçelerini ve bu faaliyetlerden elde edilen kazançları basın yayın kuruluşları vasıtasıyla kamuoyuna duyurmaktır.

m. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sahip olduğu silah, araç, gereç ve teçhizatın idamesinde, modernizasyon, bakım ve kullanım dışı bırakma gibi faaliyetlerin ne maksatla yapıldığını kamuoyunun bilgisine sunmaktır.

n. Çevre ülkelerdeki jeopolitik gelişmelerin Türkiye Cumhuriyeti'ne yansımalarını izleyerek, değerlendirmeler sonucunda oluşacak dış tehdit ile ilgili bilgileri kamuoyuna sunmaktır.

o. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin hedeflediği geliştirme projelerinin ne maksatla öngörüldüğünü ve uzun vadede ne gibi kazançlara imkan vereceğini kamuoyuna mümkün olan açıklıkla anlatmaktır.

ö. Türk Silahlı Kuvvetleri bünyesinde tasarruf tedbirlerine ne derece önem verildiğini kamuoyuna anlatmak ve zaman zaman kurum olarak ülke çapında tasarruf ve geri dönüşüm gibi konularda öncü kampanyalar düzenlemektir.

p. Askerlik hizmeti müessesesinde kendisine tahsis edilen insan kaynağının bilgi, beceri ve ruhsal gelişimler ile artı değer olarak topluma kazandırıldığını vurgulamaktır.

r. Planlanan ve icra edilen ulusal ve uluslararası tatbikatlarda aktif basın politikası uygulayarak yerli ve yabancı basın yayın kuruluşu mensuplarını davet etmek ve tatbikat süresince yaratılan muharebe şartlarında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin imkan ve kabiliyetleri ile ulaştığı eğitim düzeyini geniş kitlelere göstermektir.

s. Tatbikatlarda basın yayın kuruluşu mensuplarının çalışma ortamı için mümkün olan en modern ve cazip altyapıyı hazırlamak ve planlı bir yönlendirme ile en iyi görüntü ve haber alabilecekleri tatbikat safhalarına basın yayın kuruluşu mensuplarını dahil etmektir.

ş. Tatbikatlar hitamında kullanılan silah, araç ve gereçleri halkın ziyaretine açmak ve tanıtmaktır.

t. Yerli ve özellikle yabancı basın yayın kuruluşlarında, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin başarılarını ve sahip olduğu üstün nitelikli silah, araç, gereç ve personeli tanıtıcı haberler yapılmasını teşvik etmek ve bu konuda başvuran kuruluşlara mümkün olan desteği vermektir.

u. Yerli savunma sanayisinin, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin doğal bir uzantısı olduğunu kabullenerek, yurt içi ve yurt dışında savunma sanayi konulu fuarlarda, yabancı ülkelerin söz konusu firmalarımızın ürünlerine gösterdikleri ilgiyi ve kullanım alanlarını kamuoyunun bilgisine sunmak ve basın yayın kuruluşlarının bu yönde haber ve tanıtıcı program yapmalarına destek vermektir.

ü. Türkiye Cumhuriyeti'nin diğer ülkeler ile yaptığı ikili askeri eğitim ve işbirliği anlaşmaları çerçevesinde Türk Silahlı Kuvvetleri'nin gerek yurt içinde ve gerekse yurt dışında gerçekleştirmiş olduğu yabancı ülke personelini eğitime faaliyetlerini mümkün olduğunca basın yayın kuruluşlarının desteği ile kamuoyuna duyurmak ve bu konuda yazılı ve görsel haber yapmalarını sağlamaktır.

v. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtisaslaşmış birliklerinin eğitim faaliyetlerini içeren ve bu faaliyetlerde kullandıkları silah, araç, gereç ve teçhizat kalitesi ile personel eğitim düzeyini vurgulayan filmler yapılmasını sağlamak ve bu filmlerin uluslararası platformlarda değerlendirilerek özellikle komşu ülkelerin görsel yayın kuruluşlarında gösterilmesini sağlamak ve bu konuda iç kamuoyunu bilgilendirmektir.

y. Uluslararası tatbikatlara katılan birliklerimizin, diğer ülke birlikleri ile malzeme, teçhizat, personel eğitimi ve beceri alanlarında kıyaslamasını yapmak, eşit veya üstün olduğu alanları basın yayın kuruluşları vasıtasıyla kamuoyuna duyurmaktır.

z. Türk Silahlı Kuvvetleri ile bölge ülkeleri silahlı kuvvetlerinin, nitelik ve nicelik bakımından kıyaslamalarının yapıldığı müspet haber ve bilgilerin iç basın yayın kuruluşlarında yer almasını sağlamaktır.

aa. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin diğer kamu kurumları ve özel kuruluşlar ile müştereken icra ettiği ;

(1) Doğal afetlerde yapılan yardımlar,

- (2) Çevrenin korunması ve ağaçlandırma faaliyetleri,
- (3) Ulaşım imkanlarından yararlandırma,
- (4) Sağlık alanında yapılan katkılar,
- (5) Arama-kurtarma faaliyetleri,
- (6) Köy destek çalışmaları,
- (7) Spor faaliyetleri,
- (8) Erbaş ve er meslek kazandırma çalışmaları,
- (9) Okuma-yazma oranının yükseltilmesi için yapılan çalışmalar,
- (10) Birliklerin sorumluluk sahaları içindeki tarihi eserlerin korunması,
- (11) İletişim alanında sağlanan kolaylıklar gibi faaliyetleri basın yayın kuruluşları vasıtasıyla kamuoyuna ulaşmasını sağlamaktır.

ab. Zaman zaman sivil kesimden düşkün ve yardıma muhtaç insanlara yakalandıkları hastalıklardan kurtulmaları için yardımcı olmak ve bu faaliyetlerin kamuoyuna yansımaları sağlamaktır.

ac. Yurt savunmasında şehit olan personel aileleri ile gazilere sahip çıktığını basın yayın kuruluşları vasıtasıyla kamuoyuna duyurmaktır.

aç. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde askerlik hizmeti yapmak üzere bulunan ve kamuoyu tarafından sevilen sanatçıların katılacağı halka açık ücretsiz etkinlikler düzenlemektir.

ad. Türk Silahlı Kuvvetleri'ndeki 1 nci sınıf askeri müze, arşiv ve kütüphanelerin araştırmacılara açmak ve buralarda üniversite öğrencilerinin staj yapmasına kolaylık sağlayarak milli ve askeri konularda araştırmalar yapılmasını teşvik etmek ve elde edilen sonuçların kamuoyuna yansımalarına yardımcı olmaktır.

ae. Milli Bayramları milli duyguların canlanmasında bir fırsat kabul ederek, kutlama ve etkinlikleri kitlelere yaymak için tekliflerde bulunmak ve törenleri yeni katkılar ile kalıplaştırmaktan kurtararak, basın yayın kuruluşlarının ilgisini çekmektir.

af. Askerlik hizmetini yerine getiren gençlerin görev yaptıkları birliklere ailelerini davet ederek, personel ile bayramlaşma, birlikte yemek yeme ve birliği gezdirme gibi faaliyetler düzenlemektir. Özellikle ailesinden uzak şehirlerde askerlik hizmetini yerine getiren erbaş ve erlere ailelerinin ulaşımında destek sağlayarak öncelik tanımak ve bu faaliyetlerin kamuoyuna yansıtılmasını sağlamaktır.

ag. Askerlik görevini yerine getiren kamuoyunda yüksek popülerlik kazanmış kişilerin, birlikleri içerisinde gündelik yaşamlarını ve gerçekleştirdikleri görevlerini görüntüleyerek kamuoyuna aktarmaktır.

ağ. Okulların yaz tatilleri süresinde, harp okulları ve askeri liselerin eğitim kamplarından yararlanılarak, belli kriterler dahilinde seçilecek, gönüllü ilk ve orta öğretim öğrencilerini kısa süreli yaz kamplarına alarak askeri değerleri işlemek ve bedeni yeterliliklerine katkıda bulunmaktır. Kamp faaliyetlerine zaman zaman basın yayın kuruluşlarını davet ederek kamuoyuna faaliyetleri yansıtmaktır.

ah. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin belli bir ağırlıkta yer aldığı dramatik yönü kuvvetli, kalıp ve klişelerden uzak senaryoların TV veya sinema filmleri olarak çekilmesi için gelen taleplere destek vermektir.

ai. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin dinamik ve esnek bir yapıya sahip olduğunu ve bu özelliğini sadece kendine dönük bir bakış açısıyla değil, değişen ülke koşulları ve gelişen uluslararası ilişkiler ışığı altında araştırmacı, sorgulayıcı bir zihniyet anlayışıyla sürdürdüğünü vurgulamaktır. Bu anlayışı sivil akademik ve sosyal kurumlarla birlikte ilgili konularda gerçekleştirilen konferans, sempozyum ve panel gibi faaliyetlere katılarak göstermektir.

aj. Ordu ve kolordu (Deniz ve Hava Kuvvetleri Komutanlıklarındaki eşidi birlikler) seviyesinde Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Şube Müdürlüğü kadroları tesis ederek, inisiyatifi artırılmış, bürokratik uygulamaların asgari seviyeye düşürüldüğü, dinamik bir organizasyon içerisinde, kaynak aktarımını bilen, nitelikli ve yetenekli personeli bu kadrolarda görevlendirmektir.

aj. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılmak üzere yeterli ödeneği ilgili makamlarına tahsis etmektir.

ak. Türk Silahlı Kuvvetleri'ne yöneltilen; rolü, konumu, görevleri, faaliyetleri ve dahil olduğu olaylar ile ilgili her türlü soru, iddia ve itham karşısında mümkün olan ivedilik ve açıklıkla, herhangi bir şüpheye yer bırakmayacak şekilde yanıt vererek kamuoyunu aydınlatmaktır. Bu tür olaylara mahal vermemek için belli bir açıklık politikası izleyerek, kamuoyunu düzenli olarak Türk Silahlı Kuvvetleri'ni ilgilendiren konular hakkında bilgilendirmektir.

al. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde geçici veya daimi olarak görev yapan her bir bireyin, Türk Silahlı Kuvvetleri'nce icra edilen faaliyetlerde ve elde edilen sonuçlarda pay sahibi olduğunu vurgulayarak; kazanılan başarılarından duyulan sevinç, gurur ve hazzı paylaşımlarını sağlamaktır. Bu maksatla; tüm personeli, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin faaliyetleri hakkında bilgi sahibi yapacak şekilde iletişim ağı içine almak, kamuoyunu bilgilendirmekte gösterilen özeni, kendi personelimizi ilgilendiren konularda da göstermektir.

am. Personel ailelerinin Türk Silahlı Kuvvetleri ile kaynaşmasını daha ileri düzeye çıkarmak maksadıyla, barış zamanı icra edilen sosyal içerikli etkinliklere ve çalışmalara ailelerin de aktif olarak katılımını sağlayan yöntemler geliştirmektir.

an. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kurumsal kimliğini, bünyesinde barındırdığı daimi ve geçici personele benimseterek; rütbesi ve görevi ne olursa olsun, her bir bireyin söz konusu kimliği eşit ağırlıkta taşıdığını hissettirmektir.

ao. Ordu millet kaynaşmasını pekiştirmek maksadıyla, 30 Ağustos Zafer Bayramı etkinlikleri çerçevesinde, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin büyük kışlalarında "Ordu Günü" adı verilen organizasyonlar düzenlemek ve halkı kışlalara davet edip, yapılan faaliyetlere iştirak etmesini sağlamak ve bu konuyu kamuoyuna iletmektir.

5. TATBİKATLARDA BASIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIMA AİT PRENSİPLER

5.1. Genel hususlar

1. Tatbikatların, birlik eğitiminin geliştirilmesi ve denetlenmesi yanında, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin yurt içinde ve yurt dışında doğru ve olumlu bir şekilde tanıtılmasında da büyük katkıları olduğu ve tatbikatlardaki basın ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin bu konudaki önemi, planlayıcı ve icracı personel tarafından dikkate alınmalıdır.

2. Tatbikatlarda yerli ve yabancı basın yayın kuruluşu mensupları ve müttefik Silahlı Kuvvetler personeliyle ilişkilerde meydana gelebilecek herhangi bir olumsuzluğun, yurt içinde yanlış yorumlara sebep olabileceği, yurt dışında ise Türkiye Cumhuriyeti aleyhine yürütülebilecek propaganda da bilinçli veya bilinçsizce malzeme olarak kullanılabilmesi unutulmamalıdır.

3. Tatbikat bölgesindeki her asker kişi, taktik ve idari görevleri yanında; tavır, tutumu, kıyafeti, konuşması, misafirperverliği, yardımseverliği, sorulara zekice cevap verebilmesi gibi özellikleriyle de, iç ve dış kamuoyunda, Türk Silahlı Kuvvetleri'ni en iyi şekilde temsil etmeli ve bu hususu icra ettiği faaliyetlerde daima göz önünde bulundurmalıdır.

4. Basına açık olarak icra edilen tatbikatlarda, basına ve halka bilgi vermek için "Basın Bilgi Merkezi" (NATO tatbikatlarında Müttefik Basın Bilgi Merkezi-Allied Press Information Centre-APIC) kurulmak suretiyle tatbikatla ilgili her türlü bilgi talebi bu merkezlerden karşılanmalıdır.

5. NATO tatbikatlarında, yabancı dil bilen yeterli taktik bilgiye sahip tatbikatın başarısı ve beklenen faydanın elde edilmesinde zaman zaman diğer faktörlerin üzerinde önem kazanmaktadır.

6. Basın yayın kuruluşu mensupları ve halkla ilişkilerde, bilgi talepleri karşılanmalı ve zamanında yanlış anlamaları önleyecek girişimlerde bulunulmalıdır;

7. Bölge halkının da, tatbikatların maksadı ve katılacak Türk ve Müttefik Kuvvetler konusunda bilgilendirilmesi için, sivil makamlarla gerekli koordinasyon sağlanmalıdır.

5.2. Milli tatbikatlarda basın, halkla ilişkiler ve tanıtım

Tatbikatlarda basın ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacı; birlik eğitiminin geliştirilmesi ve denetlenmesi yanında, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yurt içinde ve dışında doğru ve olumlu bir şekilde tanıtılmasını sağlamaktır.

1. Basınla ilişkiler :

Basın Bilgi Merkezi; basın duyuruları dışında günlük konferanslar düzenleyerek, tatbikata katılan birliklerin tarihçeleri, yeni silahlar, kamu kuruluşlarıyla yapılan işbirliği, varsa yöreye götürülen hizmetlerle ilgili yazılı ve sözlü açıklamalar yapar; basına fotoğraf sağlar, basın yayın kuruluşu mensuplarını tatbikat hedeflerini destekleyecek şekilde yönlendirir.

2. Halkla ilişkiler ve tanıtım :

Müşterek milli tatbikatlarda halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacı; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin yurt içinde ve yurt dışında tanıtımını sağlayarak iç ve dış kamuoyu desteğini kazanmaktır. Tatbikatın güvenliği ile tatbikata katılan birlikler ve bölge halkının emniyetini sağlamak maksadıyla, birliklerin bölgeye intikalinden önce mahalli ve mülki makamlar aracılığı ile bölge halkına tatbikat hakkında gerekli duyurunun yapılması sağlanır. Halka açık tatbikatların, vatandaş tarafından, gözlemci yerlerinden ve belirli yerlerden izlenebilmesi için planlama yapılır. Yöre halkı, aşağıdaki planlı faaliyetlerin izlenmesine davet edilir. Bu faaliyetler;

- a. Silah, araç ve gereç sergisi,
- b. Spor müsabakaları (futbol, voleybol, basketbol vs.),
- c. Bando gösterileri,
- d. Tören geçişi,

- e. Sahra hastanesinde halkın muayene edilmesi ve ücretsiz ilaç verilmesi,
- f. Bazı köy yollarının istihkam iş makineleri ile onarılması,
- g. Bazı köy okullarının mevcut imkanlar ile onarılması, gerekli yardım ve desteğin sağlanmasıdır.

Tatbikata iştirak eden kuvvetlere ait seyyar hastaneler tatbikat bölgesindeki köylerde tıbbi hizmet verebilir.

3. Uygulanacak Eylem Planları :

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği tatbikatlarda, tatbikatın planlama safhasından itibaren, ilgili proje subayı, şube müdürü, daire başkanı ve "J" Başkanı tarafından, tatbikat esnasında kamuoyuna verilmesi istenen mesajlara yönelik eylem planı, Genelkurmay Psikolojik Harekat Daire Başkanlığı ile koordineli olarak hazırlanır.

5.3. NATO tatbikatlarında basın, halkla ilişkiler ve tanıtım

Müşterek ve Birleşik NATO tatbikatlarında basın ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacı; NATO'nun caydırıcı rolü ve kararlılığını göstermek, çok uluslu bir güç oluşturarak ev sahibi ülke kuvvetleri ile birlikte müşterek ve birleşik hareket icra edebilme kabiliyetini basın ve kamuoyuna duyurmaya olanak sağlamaktır.

1. Basınla ilişkiler :

Tatbikat ilk basın duyurusu (IEPR-Initial Exercise Press Release) ülkeler tarafından onaylandığı takdirde SHAPE tarafından yayımlanır. Herhangi bir ülke onaylamaz ise, yayımlanamaz. Yayınladığı durumda; tatbikata katılan ülkeler, kendi ülke tatbikat faaliyetlerini kapsayacak basın duyurularını yayınlarlar.

2. Halkla ilişkiler ve tanıtım:

Müşterek-Birleşik NATO tatbikatlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacı; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ve NATO'nun yurt içinde ve yurt dışında tanıtımını sağlayarak iç ve dış kamuoyunun desteğini kazanmaktır. Tatbikatın güvenliği ile tatbikata katılan birlikler ve bölge halkının emniyetini sağlamak maksadıyla, NATO birliklerinin bölgeye intikalinde

önce mahalli ve mülki makamlar aracılığı ile bölge halkına tatbikat hakkında gerekli duyurunun yapılması sağlanır. Yöre halkı aşağıdaki planlı faaliyetlerin izlenmesine davet edilebilir. Bu faaliyetler;

- a. Silah, araç ve gereç sergisi,
- b. Spor müsabakaları (futbol, voleybol, basketbol vs.),
- c. Bando gösterileri,
- d. Çok uluslu gücün tören geçişi,
- e. Sahra hastanesinde halkın muayene edilmesi ve ücretsiz ilaç verilmesi,
- f. Bazı köy yollarının istihkam iş makineleri ile onarılması,
- g. Bazı köy okullarının mevcut imkanlar ile onarılması ve gerekli yardım ve desteğin sağlanmasıdır.

Tatbikata iştirak eden müttefik kuvvetlere ait seyyar hastaneler mahalli tıp kuruluşları ile birlikte tatbikat bölgesindeki köylerde tıbbi hizmet verebilir.

5.4. Barış için ortaklık serisi tatbikatlarda basın, halkla ilişkiler ve tanıtım

Aktif Basın Politikası uygulanan Barış İçin Ortaklık (BİO) ve Barış İçin Ortaklık Ruhuna uygun olarak yurt içinde icra edilecek tatbikatlarda, basın ve halkla ilişkiler faaliyetleri, tatbikatı icra eden makam içerisinde açılacak Basın Bilgi Merkezi vasıtasıyla yürütülür ve basın ve halkla ilişkiler görevlerini yapmak üzere, tatbikata iştirak eden Kuvvet Komutanlığı personelinden ihtiyaç duyulduğunda takviye personel gönderilir.

6. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ÇALIŞMALARINDAKİ PRENSİP, HEDEFLER ve YÖNTEMLER

a. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Anayasa ve yasalar çerçevesinde, kendisine verilen yetkiler ve görevler ile bu kapsamda icra ettiği faaliyetler doğrultusunda oluşan kurumsal kimliğinin doğru ve eksiksiz olarak kamuoyuna yansıtılmasında kararlı, sürekli ve etkin bir

açıklık politikası izlemek ve bu politika ışığında kamuoyunu aydınlatacak iletişimi sağlamaktır.

b. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin demokratik bir ülke yapısı içerisinde, yasalarla belirlenmiş makamların kontrolü altında faaliyetlerini yerine getirdiğini ve bu faaliyetlerini sadece yasal yolları kullanarak gerçekleştirdiğini, şüpheye yer bırakmayacak şekilde iç ve dış kamuoyu bilincine yerleştirmektir.

c. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sahip olduğu silah, araç, gereç ve teçhizatın kalitesi ile bunları kullanacak personelin bilgi ve eğitim düzeyini en üst seviyede tutarak, her türlü iç ve dış tehdide karşı her zaman ve her durumda hazır olduğunu ve bu tehditleri etkisiz hale getirmek için hiçbir fedakarlıktan kaçınmayacağını vurgulamak ve bu bağlamda Türk halkının güven ve huzur içinde olduğu duygusunu pekiştirecek bir iletişim faaliyeti gerçekleştirmektir.

ç. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sahip olduğu donanım ve personelin dünya standartları seviyesinde olduğunu göstermek ve bu yönüyle Türkiye Cumhuriyeti'nin içinde bulunduğu jeopolitik alanda söz sahibi olmasında büyük pay sahibi olduğunu belirtmektir.

d. Atatürk İlke ve İnkılaplarının ışığında, Türkiye Cumhuriyeti'nin bir hukuk devleti olarak varlığını sürdürmesi ve ülke sınırları içerisinde insan haklarının tavizsiz uygulanmasında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin en büyük destekçi ve savunucu olduğunu; Türkiye Cumhuriyeti'nin karşılaşılabilecek doğal afet, sosyal ve ekonomik krizlerde üstüne düşen görevleri süratle yerine getireceğini, iç ve dış kamuoyuna duyuracak iletişimi kurmaktır.

e. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin görevlerini yerine getirirken kendisine ayrılan kaynakları, bu kaynakların önemini ve kıymetinin bilincinde, en yüksek verimi hedefleyerek kullandığını kamuoyunun bilgisine sunmaktır.

f. Değişen ve gelişen dünya koşullarında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin görevlerinden taviz vermeksizin, yeni oluşan şartlara göre rol ve konum olarak yeniden yapılanmaya her zaman açık olacağını bildirmek ve meşruiyetine halkın desteğini sağlayacak şekilde iletişim kurmaktır.

g. Türkiye Cumhuriyeti'ne doğrudan yöneltilecek bir dış tehdide karşı Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, bu tehdide karşı en etkin ve kararlı tepkiyi göstereceğini ve bu tepkiyi meşru müdafaa sınırları içerisinde tutacağını iç ve dış kamuoyunun bilincine yerleştirmektir.

ğ. Olası bir konvansiyonel harp durumunda, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin moral ve motivasyonunu en yüksek seviyede tutmak ve kamuoyu desteğini sürdürmek için gerekli bilgi akışını, doğru ve hızlı gerçekleştirebilecek bir iletişim ağı ile sağlamaktır.

h. Barışı Destekleme Harekatına iştirak edilmesi halinde, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bölge ve dünya barışına yaptığı katkıları, iç ve dış kamuoyuna anlatacak iletişimi sağlamaktır.

7. PSİKOLOJİK HAREKAT AÇISINDAN TANITIMIN AMAÇ ve ÖNEMİ

Askeri amaçlı uygulanan psikolojik harekatta da iletişim ve tanıtım, düşman olarak tanımlanan kitlenin azim ve iradesini zayıflatmak, dost kitlenin duygu ve hislerini takviye etmek, savaşıma veya karşı koyma azim ve iradesini arttırmak, tarafsız kitlenin desteğini kazanmak açısından önemlidir.

Milli gücü oluşturan unsurlar; İnsan gücü, coğrafi güç, siyasal ve ekonomik güç ile psiko-sosyal güçtür. Milli gücün kullanıcısı ise temelde insan faktörü olup, bunun olumlu veya olumsuz olarak göstereceği davranış biçimi psikolojiye sıkı bir şekilde bağlıdır. Bu özelliği ile psiko-sosyal gücün diğer tüm unsurlara eşit ve hatta daha da önemli olduğunu söylemek mümkündür. Barışta ve savaşta cereyan edebilecek ikna mücadelesinin tüm boyutlarında teknoloji ve donanımı kullanacak olan insan faktörüdür. Dolayısıyla bizi hedefe götürecek olan kişilerin tutum ve davranışlarıdır. Bu kişiler yapılacak iyi bir tanıtım ve iletişim ile iyi yönlendirilebildiği takdirde istenilen sonuç elde edilebilecektir. Burada dikkate alınması gereken önemli bir husus da karşı gücü ve/veya tarafsız kitleyi oluşturan insan kitlesinin amaca uygun yönlendirilebilmesidir.

Bunu gerçekleştirmenin en iyi yollarından biriside yine sağlıklı bir iletişim ve tanıtımdır. Dost ve tarafsız ülkelerin desteğinin sağlanması, bu ülkelerle işbirliğinin temin edilmesi, düşman veya düşman olması muhtemel ülkelerin harbe başlama/devam etme azim ve iradesinin azaltılması maksadıyla; barış ve savaş zamanı sürdürülen planlı stratejik

psikolojik hareket faaliyetlerinde, orta vadeli hedeflerle seferi ve büyük hareketi desteklemek için uygulanan operatif psikolojik harekatta, Taktik hedeflerin elde edilmesini kolaylaştırmak maksadıyla; düşman kontrolü altındaki sahada bulunan düşman kuvvetlerinin ve sivil halkın üzerinde psikolojik baskı meydana getirmeyi öngören ve muharebe hareketinin ayrılmaz bir parçası olarak sürdürülen planlı taktik psikolojik hareket faaliyetlerinde, kontrol altındaki bölgede bulunan sivil halkın, askeri hedeflerin elde edilmesi ve ilgili komutanlıkların hareket serbestisinin desteklenmesinde arzu edilen davranışları göstermesini temin etmek maksadıyla; barış ve savaş zamanı sürdürülen planlı takviye edici psikolojik hareket faaliyetlerinin tamamında başarımı elde edilmesinde uygulanan tanıtım ve iletişim faaliyetleri çok önemlidir..

8. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ÇALIŞMALARINDA HEDEF KİTLE

8.1. Dış hedef kitle

1. Yerli (Özel-kamu) ve yabancı basın kuruluşları,
2. Kamu kurum ve kuruluşları (Bakanlıklar ve bağlı kuruluşları, üniversiteler),
3. Özel kurum ve kuruluşlar (Sendikalar, dernekler ve vakıflar, klüpler ve iş yerleri),
4. Şahıslar (Yerli ve yabancı) (Araştırmacılar, ihbar ve şikayette bulunanlar ve çeşitli talep sahipleri),

8.2. İç hedef kitle

1. Daimi personel (Subay, astsubay, askeri öğrenci, uzman erbaş/er, sivil memur ve işçi),
2. Geçici personel (Askerlik hizmetini yapanlar ve sözleşmeli personel),
3. Personelin yakın çevresi.

9. HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM ÇALIŞMALARINI PLANLAMAK AMACIYLA KOMUTA KATI ONAYI ile YAPILABİLECEK ARAŞTIRMALAR

9.1. Çevreyi izleme amaçlı araştırmalar

Türk Silahlı Kuvvetleri üzerinde etkili olabilecek sosyal olayları ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin çevresini oluşturan kamuoyundaki eğilimleri, basın yayın kuruluşları yayınları aracılığı ile gözlemek amacıyla yapılan araştırmalardır. Bu tür araştırmaların temel işlevi kurum için erken uyarı görevini yapmak ve önemli konularda kamuoyunun ne düşündüğünü ortaya koymaktır.

9.2. İletişim araştırmaları

Türk Silahlı Kuvvetlerinin iç ve dış iletişimini sağlamak için kullandığı araçların etkinliğini tespit etmek amacıyla, yapabileceği araştırmalardır. Bu araştırmalarda genellikle şu yöntemlere başvurulabilir.

1. Okuyucu araştırması :

Belirli yayınların eğilimlerini, kimler tarafından okunduğunu ve etkinliğini tespit etmeye yönelik araştırmalardır.

2. İçerik çözümlemesi :

Kitle iletişim araçlarının, Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili haberlere ne kadar ve hangi içerikle yer verdiklerini ortaya koyan analizlerdir.

10. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ KURUM İÇİ İLETİŞİMİN AMAÇLARI

Kurum içi iletişim, bir kurumun çeşitli birimleri ve çalışanları arasında bilgi, duygu, anlayış ve yaklaşım paylaşımını, bu paylaşma sürecinde ki her türlü araç gereç ve yöntemi, söz konusu aktarma ile ilgili çeşitli kanalları ve mesaj şeklini içermektedir. (SABUNCUOĞLU, s.111, 1984)

Türk Silahlı Kuvvetleri, işlerliğini daha iyi, daha doğru ve zamanın da aksaklıklara ve yanlış anlamalara yer vermeksizin yerine getirebilmek için iletişim faaliyetlerini aksaksız olarak yürütmek durumundadır. Bunu gerçekleştirmek için iletişimde ki amaçları aşağıda ki gibidir.

- a. Komutanlar ile personel arasında karşılıklı bir güven ortamı yaratmak,
- b. Türk Silahlı Kuvvetleri içinde dikey ve yatay yönde bilgi akışını gerçekleştirmek,
- c. Tüm personelin, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne olan katkılarını en üst düzeye çıkarmak ve görev tatmini sağlamak,
- ç. Türk Silahlı Kuvvetleri içinde, kendini geliştirme, üretim ve yaratıcılığa prim veren bir iş ortamı oluşturmak,
- d. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin başarısı ile personelin beklentilerini bütünleştirmek,
- e. Tüm personelin Türk Silahlı Kuvvetleri'ndeki gelişmeler konusunda iyimser olmalarını sağlamak ve itaati geliştirmek,
- f. Personeli, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bir parçası haline getirerek (özdeşleştirerek) yaptıkları işi tam manasıyla benimsemelerini sağlamaktır.

Uzun zamandır yapılan uygulamaların yanında, kurum içinde son birkaç yıldır aktif hale getirilen İtranet uygulaması, personele, bütün yurt çapında anında bilgilenme, iletişim kurma ve tanıtım imkanını hızlandırarak oldukça büyük bir destek sağlamaktadır.

İtranet'in temel oluşturulma amacı, kuruluş bünyesindeki bilgileri ve bilgi işlem kapasitesini çalışanlarla paylaşmaktır. İtranetler, kurum içi tele konferans uygulamalarında ve farklı birimlerdeki kişilerin bir araya gelebildiği iş gruplarının oluşturulmasında da kullanılırlar. (ASLAN, s. 57, 1999)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENEL KURMAY BAŞKANLIĞI TANITIM ÇALIŞMALARI

1. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NDE BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM BÖLÜMLERİNİN ORGANİZASYONU

Türk Silahlı Kuvvetleri'nde halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri, Genelkurmay Başkanlığı Genel Sekreterliği'ne bağlı olarak Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığı tarafından yürütülür. Kuvvet Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığında halkla ilişkiler faaliyetlerinin sürdürülebilmesi amacıyla, Genel Sekreterliklere bağlı Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlükleri oluşturulmuştur. Ordu ve Kolordu (Deniz ve Hava Kuvvetleri Komutanlıklarında eşidi birliklerde) seviyesinde Genel Sekreterliklere bağlı olarak oluşturulan/oluşturulacak Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlükleri vasıtasıyla söz konusu faaliyetler yerine getirilir. Tümen ve daha aşağı seviyedeki birliklerde ise, istihbarat birimleri halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütürler. Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığı ile Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlükleri emrine atanan personele, üniversitelerin iletişim fakülteleri ile koordineyi müteakip “Görevbaşı Eğitimi” olarak bir haftalık eğitim verilir.

1.1. Genel Kurmay Başkanlığı ve Kuvvet Komutanlıkları görev, yetki ve sorumlulukları

1.1.1. Genel Kurmay Başkanlığı

(1) Genel :

(a) Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili konularda basın yayın kuruluşları ile kamuoyuna açıklama yapma ve görüş bildirme yetkisi Genelkurmay Başkanı'na aittir.

(b) Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili olan konularda açıklama yapma yetkisi, Genelkurmay Başkanlığınca tespit edilir.

(c) Tören, toplantı ve benzeri faaliyetlerde, Türk Silahlı Kuvvetleri personeli tarafından siyasi içerikli beyanlarda bulunulmaz, bu kapsamdaki sorular cevaplandırılmaz.

(2) Genelkurmay II nci Başkanı :

Basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım ile ilgili karargah içi faaliyetler Genelkurmay II nci Başkanı tarafından yönlendirilir.

(3) Genelkurmay “J” Başkanları :

(a) İlgili sahasına giren konulardaki faaliyetler hakkında basın yayın kuruluşları ile kamuoyuna verilmek üzere; bilgi notları, basın açıklamaları ve basın duyurularına esas olacak bilgileri hazırlar ve Genelkurmay Genel Sekreterliği'ne gönderir.

(b) Şehit Gazeteci Hasan Tahsin Basın Bilgi Merkezi'nde ve Türk Silahlı Kuvvetleri İnternet Web Site'sinde basın yayın kuruluşu mensuplarının yararlanmaları için kullanılan bilgi bankasında kendi sahasındaki bilgileri güncel halde bulundurur.

(c) İlgili sahasına giren konularda yapılacak basın toplantıları ile basın turları için temsilci görevlendirir ve görüş oluşturur.

(ç) Türk Silahlı Kuvvetleri'ni temsilen yapmış oldukları yurt dışı ziyaretler, tatbikat, toplantı ve benzeri faaliyetler esnasında dış basında çıkan haberleri tercümeleriyle birlikte Genelkurmay Genel Sekreterliği'ne gönderir.

(4) Genelkurmay Genel Sekreterliği :

(a) Genelkurmay Başkanlığı'nca, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne ilişkin konularda yapılacak açıklama ve duyurular Genelkurmay Başkanı'nın onayı ile Genelkurmay Genel Sekreterliği'nce yapılır.

(b) Genelkurmay Başkanlığı Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Direktifi'nin uygulanması, takip ve kontrolü, geliştirici ve düzeltici önlemlerin alınması Genelkurmay Genel Sekreterliği'nce sağlanır.

(5) Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığı :

(a) Genelkurmay Başkanlığı sözcülüğünü yapar.

(b) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, barış, kriz ve savaş dönemlerinde uygulayacağı basın yayın halkla ilişkiler ve tanıtım politikasını belirler, hedef ve stratejilerini tespit eder.

(c) Genelkurmay Başkanlığı'nın Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Direktifi'ni hazırlar ve güncel bulundurur.

(ç) Basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerine esas olacak konularda prensip dokümanı hazırlar.

(d) Milli ve NATO tatbikatlarının basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili prensipleri oluşturur, basın turlarını planlar, Basın Bilgi Merkezlerinin tesisi, teşkili ve işletilmesini sağlar.

(e) Komuta katına yazılı ve görsel basın yayın kuruluşlarında yayımlanan haberler ve kamuoyunun eğilimleri hakkında bilgi sunar.

(f) Türk Silahlı Kuvvetleri hakkında basın yayın kuruluşlarında yer alan; yanlış, yanıltıcı, küçültücü ve hakaret niteliğindeki haber ve yorumları incelemeye tabi tutar ve konusu suç teşkil eden haberler hakkında Genelkurmay Adli Müşavirliği vasıtasıyla suç duyuruları yaparak sonuçlarını takip eder.

(g) Basın yayın kuruluşlarında yer alan haberlere ait Komuta katının onayını müteakip açıklama yapar veya cevap verir.

(ğ) Basın yayın kuruluşları ile kamuoyundan gelen röportaj, çekim ve bilgi taleplerini değerlendirir, talepleri karşılar ve tavsiyelerde bulunur.

(h) Türk Silahlı Kuvvetleri lehinde kamuoyu oluşturmak maksadıyla; Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından yürütülen faaliyetleri kamuoyuna etkin bir şekilde yansıtır ve faaliyetlerin kamuoyu üzerindeki etkisinin belirlenmesi için araştırmalar yapar.

(ı) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtılmasına ilişkin projeleri hazırlar, gerektiğinde uzman kişi ve kuruluşlarla işbirliği yaparak, uygulamaya koyar.

(i) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin icra ettiği faaliyetleri iç ve dış kamuoyuna, hazırlanan radyo ve televizyon programları vasıtasıyla en iyi şekilde tanıtır.

(j) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yapısı, yapılan faaliyetler ve gelişmeler konularında yurt içi ve yurt dışında kamuoyunun bilgilendirilmesi, tanıtılması ve doğru bir imaj yaratılması maksadıyla basın yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri kapsamında foto film ve video çekim hizmetini sağlar.

(k) Kuvvet Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı ve Genelkurmay "J" Başkanlıkları'ndan gelen bilgi notlarını değerlendirerek, bilginin kamuoyuna, basın duyurusu, basın açıklaması veya bilgi notu şeklinde verilip verilmemesi konusunda Genelkurmay Genel Sekreterliği'ne teklifte bulunur.

1.1.2. Kara, Deniz, Hava Kuvvet Komutanlıklarının görev ve sorumlulukları

(1) Genelkurmay Başkanlığı prensipleri çerçevesinde, kendi Kuvvetleri/Komutanlıklarını ilgilendiren törenler, faaliyetler ve ziyaretler hakkında basına duyuruda bulunurlar ve basına yapılan duyurulardan Genelkurmay Başkanlığına bilgi verirler. İcra edilecek faaliyette, Genelkurmay Başkanı, Başbakan, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı ve Cumhurbaşkanı davetli/misafir olarak bulunacak ise, basına bilgi vermeden önce, Genelkurmay Başkanlığı ile koordine edilmiş olarak bulunurlar.

(2) Ani gelişen olaylar ve kazalar hakkında, ordu/kolordu seviyesindeki garnizon komutanlıkları, Genelkurmay Başkanı tarafından verilen yetki çerçevesinde basın yayın kuruluşları ile kamuoyuna açıklama yapabilirler.

(3) Kendi kuvvetleri/komutanlıkları ile ilgili konu ve faaliyetlerden, kamuoyuna açıklanmasında yararlı olacağı değerlendirilenler hakkında Genelkurmay Başkanlığı'na öneride bulunurlar.

(4) Genelkurmay Başkanlığı'nca izin verilen çekim ve röportaj faaliyetlerinin yönerge esaslarına uygun olarak icrasını planlar ve sonuçlarını Genelkurmay Başkanlığına bildirirler.

(5) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtılması ve icra edilecek basın faaliyetleri için bu Yönergenin esasları dahilinde kolordu (Deniz ve Hava Kuvvetleri Komutanlığı'nda eşidi birlikler) seviyesine kadar “Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Şubeleri” tesis ederler ve daha alt seviyedeki birliklerde de aynı maksatla gerekli görevlendirmeyi yaparlar.

(6) Kendi Kuvvetleri/Komutanlıkları koordinesinde yapılan müşterek ve NATO tatbikatlarında Genelkurmay Genel Sekreterliği Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığı kontrolünde açılacak Basın Bilgi Merkezi/Müttefik Basın Bilgi Merkezi (BBM/MBBM) için gerekli araç, personel, malzeme ve diğer ihtiyaçları karşılarlar.

1.1.3. Jandarma Genel Komutanlığının görev ve sorumlulukları

Jandarma Genel Komutanlığı, Teşkilat Görev ve Yetkileri Kanun ve Yönetmeliklerinde kendilerine verilen askeri görevler dışındaki; mülki, adli ve diğer görevler ile ilgili olarak, İçişleri Bakanlığı'nca belirlenmiş olan önemli emniyet ve asayiş faaliyetlerinde, özel yönergelerinde belirtilen esaslar dahilinde halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerini yürütürler.

Silahlı kuvvetlerinde parolası olduğu üzere, “Devlet ve halk arasında karşılıklı iletişim ve ilgi kopuksa, bireylerin bir arada bulunmaktan duydukları güven ve bağlılıkta gittikçe azalacaktır.” Jandarma personeli de aynı parola ve bilinçle görevlerini icra etmektedir.

Ülkede emniyet, asayiş ve kamu düzenini de korumakla görevli olan Jandarmaya, kanunlarla; mülki, adli, askeri ve diğer görevler olmak üzere dört çeşit görev verilmiştir. (2803 sayılı Jandarma Teşkilat Görev ve Yetkileri Kanunu. Md:7) Jandarma Genel Komutanlığı yaptığı görev icabı halkla devamlı iletişim halinde olmasına rağmen teknik alanda daha fazla çaba harcama gereği duyulması üzerine 1990 yılında Plan Prensipler ve Koordinasyon Başkanlığı bünyesinde “Halkla İlişkiler ve Tanıtım Şubesi” kurulmuştur. 1997 yılında ise Genel Sekreterlik bünyesindeki “Basın ve Halkla İlişkiler Şubesi” ile birleştirilerek yeni adı “Basın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Şubesi” olmuştur. Kadrosunda yayın ve enformasyon, basın inceleme ve değerlendirme, yayın ve program hazırlama,

teknik resim, fotoğraf kıymetlendirme ve halkla ilişkiler konusunda uzman olan personel çalışmaktadır.

Tanıklık yapma konusunda 1996 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi'nce yaptırılan bir kamuoyu araştırmasına göre, Jandarmaya duyulan güvenin % 69, savcıya güvenin % 63, hakime güvenin ise % 68 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar halkımızın genelde yargıya güvendiğini ve genel kolluk kuvvetleri içinde en çok jandarmaya güvendiğini net bir şekilde ortaya koymuştur. (Jandarma Genel Komutanlığı basımevi, s.44, 1999)

Bir toplumda halkın işbirliğinin yüzde 5 veya 10'luk bir artışının, tam donanımlı polis kuvvetlerinin yüzde 50 veya 60 arttırılmasından etkin olduğu araştırmalarla ortaya konmuştur. (RECEP, s.82, 1994)

Yukarıda ki araştırma doğrultusunda da, Jandarma, var olan güveni koruma ve hatta daha da artırabilmek için halkla ilişkiler ve tanıtım konusuna diğer kuvvetlerden daha da fazla önem vermektedir.

Jandarmayı daha etkili ve toplumun hemen yanı başında olduğunu sağlayan ve jandarmayı daha erişilebilir kılan uygulamalardan bir de, "156 Jandarma İmdat" uygulamasıdır. Bu sistem, jandarmanın, meydana gelen olaylara, derhal bilgi alıp zamanında müdahale edebilme imkan ve kabiliyetini arttırabilmesi amacıyla 1986 yılında işleme sokulmuştur. 1999 yılında Elazığ Emniyet Müdürlüğü tarafından yaptırılan bir anket sonucuna göre de bu numaranın bilinirlik oranı % 95.7 olarak çıkmıştır.

İletişimde kullanılacak diğer ve önemli bir yöntem ise internet üzerinde ki jandarmaya ait olan web sayfasıdır.

20 nci yüzyılda ortaya çıkan ve bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizm ülkenin sosyo-ekonomik yapısında tartışılmaz bir mihenk taşı haline gelmiştir. Ülkelerin ekonomisinde, döviz girdilerine ve hatta kültür alışverişine önemli katkıları olan turizm, uluslar arası ilişkilerde etkin olması nedeniyle ayrıca önem kazanmaktadır.

Ülke ekonomisinde büyük bir pay sahibi olan turizmin istenen seviyeye ulaşması için o ülkenin tarihi değerlere, doğal güzelliklere ve turistlerin beklentilerine cevap verebilecek turistik tesislere sahip olmasının yanında, devlet kademelerinde çalışanların da bu konuda bilgili olmaları gerekir. Turiste, can ve mal güvenliğinin sağlandığı inancının verilmesi

önemli olmakla birlikte yeterli değildir. Daha önemlisi, turist, ödediği paranın karşılığının mal ve hizmet olarak kendisine verildiğine, yardım isteklerinin karşılandığı veya karşılanacağına, istirahatının temin edileceğine inanmış olmasıdır. (RECEP,s.113, 1994)

Ülkemizin her köşesinin tarihi zenginlikler ve doğal güzelliklerle kaplı olması nedeniyle, günümüzde, yurdumuzun her yerinde yerli ve yabancı turistlerle karşılaşmak mümkündür. Bu nedenle, tüm yurttan görev yapan jandarma, kendisini gerek yurtiçi gerekse ve en önemlisi yurt dışında tanıtacak olan turistleri, göstereceği davranış ve tutumla olumlu yönde etkileyebilmelidir. Aksi davranışlar ise jandarmaya ve dolayısıyla Türk Silahlı Kuvvetleri ne karşı olumsuz bir kamuoyu oluşmasına neden olacaktır.

Özellikle yabancı turistlerin, ülkesine döndükten sonra yaşadıkları olumlu ve olumsuz olayları çeşitli yollarla (basın yayın, internet, ilgili bakanlıklar vb.) kendi kamuoyuna aktardıkları bilinciyle hareket eden Jandarma Genel Komutanlığı, turizm bölgelerinde, iletişim, halkla ilişkiler, yabancı dil gibi konularda daha çok eğitim almış personeli görevlendirmektedir.

Jandarma gibi aynı tür görevi yapan ve Deniz Kuvvetleri Komutanlığı bünyesinde olmasına rağmen, İçişleri Bakanlığına bağlı olarak görev yapan Sahil Güvenlik Komutanlığı da denizlerimizin asayiş ve güvenliğini sağlamaktan sorumludur. Genelde deniz kıyısında yaşayan halkımızın bildiği bir unsur olmasına rağmen, son zamanlarda, televizyon kanallarında yayınlanan ve özellikle kamuoyu tarafından tanınan ünlüler ile hazırlanmış “158 Sahil Güvenlik İmdat” tanıtım programıyla tüm yurttan bilinirliği artmıştır.

2. TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ’NİN BASIN YAYIN, HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIMINA YÖNELİK KULLANABİLECEĞİ UYGULAMALAR

İletişim araçları, ilettikleri mesajın yoğunluğu ve alıcıya yükledikleri etkinlik derecesi bakımından iki kategoride ele alınmaktadır.

Sıcak Araç : Mesajı tam olarak, bütün zenginliğiyle veren bu nedenle izleyicinin katılımını azaltan araçlardır. Gazete, radyo, sinema, fotoğraf gibi.

Soğuk Araç : Mesajı noksan olarak veren, bazı şeyleri açıkça ifade etmeyip, ima yoluyla hissettirerek bütünlüğün kurulması için izleyicinin katılımını gerektiren araçlardır. TV, karikatür, bu araçlara örnek olarak verilebilir.

Günümüzde halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçlar;

2.1. İnsan

Halkla ilişkilerde kullanılan araçlar ne kadar gelişirse gelişsin, yine ön planda bizzat insanın kendisi rol oynamaktadır.

a. Silahlı Kuvvetler Bandosu :

Milli bayramlarda, törenlerde, yerel kurtuluş günlerinde, kutlamalarda silahlı kuvvetlere ait bandoların milli marşları çalması halkın milli duygularını yücelttiği gibi, marşların dışında bilinirliği olan ve hoş giden türden eserlerin çalınması da ilginin artmasını sağlanarak silahlı kuvvetlerin tanıtımı yapılır. Özellikle radyo ve televizyonlarda silahlı kuvvetler bandosunun değişik türde müzik parçaları çalması da halkın silahlı kuvvetlere ilgisini ve güvenini artırır. 30 Ağustos 2004 Zafer Bayramı kutlamaları kapsamında, askeri bandoların Ankara da ki büyük alışveriş merkezleri (Real, Migros) önünde verdikleri ve halkın büyük ilgisini çeken konserler buna en güzel örnektir.

b. Mehteran Bandosu :

Mehteran bandosu, milli bayramlar, kurtuluş günleri, anma törenleri gibi yurt içi etkinliklerine, uluslararası festival ve fuarlara, uluslararası açılış törenlerine, askeri müzik festivallerine ve bir çok Avrupa ülkesinin televizyonlarının çekimlerine katılarak yurt dışı etkinlikleri ile silahlı kuvvetlerin yurt içi ve yurt dışı tanıtımını yapmaktadır. 2003 yılında, Bosna Hersek'te Sırp tarafından bombalanarak yıkılan ve daha sonra barışın simgesi olarak tekrar inşa edilen, açılış töreninde Birleşmiş Milletler Genel Sekreterinin de bulunduğu Mostar köprüsünün açılış töreninde, Mehteran bandosunun gösterisi, TRT de dahil olmak üzere bir çok Avrupa televizyon kanalında canlı olarak yayınlanmıştır.

2.2. Basılı araçlar (Yazılı Kitle İletişim Araçları)

Basılı araçlarda okuyucu metnin görünümünü kontrol eder ve kendi uygun göreceği süratte ilerlemesi mümkündür. Bir yazı el altında tutulup, birçok kez okunabilir. Konular olabildiğince bütünlük içerisinde ve derinliğine işlenebilir. Her konuda uzmanlaştırılmış bir sunuş mümkündür.

a. Gazeteler :

Çoğunluk halk için gazeteler hala birer temel haber aracıdır. Sürat ve göze hitapta TV'nin gerisinde olsa da, haberde daha derinlik ve çeşitlilik getirir, daha uzun süreli kalıcı etki sağlar.

Çoğunlukla her gün çıkan bu haberleşme araçlarından halkla ilişkiler alanında yararlanmak için özelliklerini ve çalışma düzenini bilmek gerekir.

Ulusal ve uluslararası basılıp dağıtılan gazeteler yanında, yerel ve bölgesel olarak basılıp dağıtılan gazetelerde vardır. Bunlar da kendi aralarında; fikir gazeteleri, magazin gazeteleri olarak ayrılır. Sabah ve akşam gazeteleri, kendi aralarında da kapsam bakımından ayrılıklar gösterirler.

Öncelikle gazetelerin değişik okuyucu kitleleri olduğunu göz önünde bulundurmak zorunludur. Bulvar gazeteleri, düşünür gazeteleri, sanat gazeteleri, spor gazeteleri vs. Bu gazeteler kapsamlarını okuyucularına göre düzenlerler. Sabah ve akşam gazeteleri, kendi aralarında da kapsam bakımından ayrılıklar gösterdiklerinden, hangilerinin işlediğimiz konuya uygun, hangilerinin uygun olmadıklarını önceden araştırmak lazımdır. Gazetelere göndereceğimiz materyalleri, gazetelerin özellikleri düşünülerek ve zamanında, tümüne göndermeye dikkat edilmelidir (Gazete baskıya girmeden 10 saat önce, aynı gün içinde, TV için yayın saatinden 2 saat önce olmalı).

Gazetelerde haber niteliğinde yayınlanan bir mesajın, kamuoyu üzerindeki etkisi büyüktür. Bu nedenle Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halkla ilişkiler ve tanıtım birimleri ve elemanlarının basın mensuplarıyla olan ilişkilerine son derece önem vermeli ve ilişkilerini sürekli geliştirme çabası içinde olmalıdır. Basın organlarında çalışan kilit personel ve köşe yazarları ile de iyi ilişki içerisinde olmalıdırlar.

Yazılı basının ve köşe yazarlarının halkla ilişkilerdeki etkinliğine örnekler vermek gerekirse, Hürriyet Gazetesi köşe yazarlarından Ertuğrul ÖZKÖK'ün 30 Ağustos 2000 ve 16 Kasım 2000 tarihli yazıları dikkat çekicidir.

ÖZKÖK, ilk yazısında (ÖZKÖK, Ertuğrul, Hürriyet Gazetesi, 30 Ağustos 2000 tarihli Köşe Yazısı.) Genelkurmay Başkanlığı tarafından 30 Ağustos Zafer Bayramı sebebiyle verilen davet konusunda, Genel Kurmay Başkanlığı'nın ve protokol görevlilerinin ne kadar hassas çalıştıklarından ve bu davete hatırı sayılır bir sayıda basın mensubunun davetli olduğundan ve Zafer Bayramı kutlamaları çerçevesinde Amerika Birleşik Devletleri'nde uzun yıllardır uygulanmakta olduğu gibi Ankara'da Etimesgut 11 inci Hava Ulaştırma Üs Komutanlığı, Mamak 28 inci Mekanize Piyade Tugay Komutanlığı, Etimesgut Zırhlı Birlikler Okul ve Eğitim Tümen Komutanlığı, Güvercinlik Kara Havacılık Okul ve Eğitim Merkezi Komutanlığı, Muhabere Elektronik Bilgi Sistemleri Okul ve Eğitim Komutanlığı'nın bayram sebebiyle halkın ziyaretlerine açıldığından bahsetmektedir.

İkinci yazısında ise, (ÖZKÖK, Ertuğrul, Hürriyet Gazetesi, 16 Kasım 2000 tarihli Köşe Yazısı.) ÖZKÖK, 14-15 Kasım 2000 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilen "Liderlik 2000 Konferansı"na katılan 850 kişilik grup içerisinde, başta Deniz Harp Okulu'ndan öğrenciler olmak üzere bir grup Türk Silahlı Kuvvetleri mensubunun da bulunduğunu gururla belirtiyor. Birçok siyasi partiden katılım olmazken, Türk Silahlı Kuvvetleri'nden böyle bir katılımın gelecek açısından umut vaat ettiğini yazarak, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımına vesile oluyor ve kurum kimliğine artı değerler kazandırıyor.

Yine Genel Kurmay Başkanlığı Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığı'nın yardımlarıyla, Alman ZDF televizyonu tarafından yapıp yayınlanan, Türk Silahlı Kuvvetlerin de görev yapan kadın savaş pilotlarıyla ilgili program hakkındaki haber Hürriyet ve Posta gazetelerinin 29 Kasım 2004 tarihli basımlarında Anadolu Top Gun'ları başlığı altında yayımlanmıştır. (EK-A.)

b. Dergiler :

Bilgilendirici, eğlendirici niteliktedir. En sık yayınlanma süresi haftalık olduğundan konuların derinliğine inme imkanı olmaktadır. Dergiler genellikle belirli konularda, belirli ilgi gruplarına hitap ederler.

Türkiye hakkında belirli konularda ciddi şekilde derinliğine yapılmış araştırmalar, inceleme yazıları, vb. çeşitli alanlardaki dergilerde yer alabilir. Yazılar gerektiğinde kaliteli fotoğraflarla tamamlanırsa, kullanılmaları olasılığı daha da artar.

Sürelî yayınlardan olan dergileri, gazetelerden ayıran önemli özelliği periyodu ve boyutlarının farklılığı ile belirli bir okuyucu kitlesine hitap etmesidir. Aynı zamanda dergide daha ziyade güncel olmayan konular ile araştırma, derleme, makale, yorum ve mülakat vs. gibi konulara daha çok yer verilmektedir.

Tanıtım, dergilerde gazetelere göre içerik bakımından çeşitlidir. Dergide makale, röportaj ve silahlı kuvvetlerle ilgili haberler yayınlanabilir. Türk Silahlı Kuvvetleri'nde; Silahlı Kuvvetler, Kara Kuvvetleri, Deniz Kuvvetleri ve Hava Kuvvetleri gibi dergiler çıktığı bilinmektedir.

c. Broşürler :

Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından hazırlanacağı ve bastırılacağı için kapsamı da tüm olarak Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kontrolü altındadır. Broşür genellikle 8-16 sayfa halinde basıldığı halde 1-2 sayfa olarak ta basılmaktadır. Önemli özelliği bol resimli oluşudur. Bir broşürün en önemli sayfaları ön ve arka kapakları ile ortadaki iki sayfalarıdır. Ele alındığı zaman bu sayfalarda dikkat toplanacağı için, kapak sayfalarının çekici, orta sayfaların ise önemli konuları en iyi düzen içinde sunacak biçimde olması gerekir. Broşürlerin renkli olması yararlı olur. Türk Yıldızları ve Zafer Bayramı kutlamalarına ilişkin broşürler EK-B'de sunulmuştur.

ç. El Kitabı :

Broşürler 16 sayfadan çok ve resme değil, yazıya önem verilecek kitap ağırlığı ile sunulmuş ise, el kitabı adını alır. Bunlar her an el altında bulundurulup bilgi alınacak yardımcı niteliğindedir.

Çizgilerin renkli olması daha fazla ilgi çeker. El kitapları ilk başvuru, acil başvuru dokümanlarıdır.

d. Bültenler :

Bültenler haberlere yer verdiği gibi, çeşitli sorularla, ilişki kurulan kişilerin görüşlerini de belirtirler. Bu yönleri ile anket niteliğini taşırlar.

Konu ile ilgisi olan ve ilgilenecek kişilerin, gelişmelerden sürekli bilgi sahibi olmaları için belirli zamanlarda yayınlanan çok sayfalı mektuplar olarak tanımlanabilir. Bültenler Türk Silahlı Kuvvetleri'nin iç ilişkilerinde kullanılabileceği gibi, dış ilişkilerinde de kullanılır. Çeşitli haberlerin değişik araçlarla istenildiği kadar geniş bir kitleye duyurulması kolay ve ucuzdur.

e. Yıllık :

Kurum ve Kuruluşun bir yıllık çalışmalarını, yurt içinde ve dışındaki faaliyetlerini, teşkilatın tarihini, mensuplarını, bütçe durumlarını doğru bilgilerle tanıtan ansiklopedi türü bir yayındır.

Bu yıllıklar çeşitli yerlere gönderilebileceği gibi, satılmak üzere kitapçılara dağıtılması, içindeki bilgilerden daha çok sayıda kimsenin yararlanmasını sağlar. Türk Silahlı Kuvvetleri yüksek kademesini teşkil eden Komutanların, başarılı personelin resimlerle tanıtılması, etkinliklerinin anlatılması, atanma ve görev değişiklikleri, emeklilik ve mevcut durumu yansıtması bakımından faydalar sağlar.

f. Mektuplar :

Mektuplar, bültenin bir iki sayfalısı diye tanımlanabilir. Bir toplantıya çağrı, yeni bir olayın duyurulması, görüş ya da düşünceleri öğrenmek için sorulacak soruları kapsar.

Mektupların Türk Silahlı Kuvvetleri yüksek kademesindeki kişiler tarafından imzalanması, gönderilecek kişilere ve kuruluşlara verilen önemi gösterir.

g. Afişler :

İyi bir afiş, çeşitli nitelikler taşımalıdır. Afişin ilk amacı, çekici bir desenle göze çarpmak olduğuna göre, yazıdan çok çizgi, yani resim olmalı. Söylenmek istenen, mümkün olduğu kadar az söz ile belirtilmelidir. Çok cümle ile doldurulmuş afiş dikkati çekmeyecektir. En etkili ve en kısa cümleyi bulmak uzun çalışmaları gerektirir.

Geniş halk kitlelerine bir şeyler söylemek için, daha doğrusu yanıt almadan onlara seslenmemizi sağlayan iletişim araçlarından biridir. Adresleri bilinmeyen kitlelerle ilişki kurabilmek, etkilemek için hazırlanır.

Daha çok insanın görebilmesi için toplulukların olduğu ve genel yerlerde hedef kitlelere sunulur. Yazılı, resimli ya da çizgilerle verilecek mesajlar afişin bu özellikleri göz önünde bulundurularak (mümkünse renkli) hazırlanmalıdır.

ğ. Pankartlar :

Pankartlar, vitrinlere, ilan panolarına konulan, ufak duyuru aracıdır. Pankartlarda büyük puntolu harfler dikkati çeker ve okunmayı kolaylaştırır. Ufak boydaki pankartlara yazılacak mesaj çok kısa olacağı için, cümleler dikkatli seçilmeli, söylemek istediğimiz eksiksiz olarak belirtilmelidir. Grup çalışmasını gerektirebilir. Bu arada "Slogan" denilen unutulmaz birkaç belirli söz geçerli bir yoldur.

h. El İlanları :

Elden, posta vasıtasıyla ya da başka yayınlar içerisinde hedef kitleye ulaştırılır. Renkli, kolay okunan, okunması için fazla zaman gerektirmeyen, tek yapraklı basılı araçtır.

Büyük şehirlere ve kolayca ulaşılmayan bölgelere fazla miktarda uçak ile atılması en etkili yoldur.

2.3. Sesli, görüntülü ve elektronik araçlar

Hem kulağa hem de göze hitap eden iletişim araçlarıdır. Konuları, izleyicilerin olayların içindelermiş gibi hissettirerek verirler. Özellikle televizyon bu konuda öndedir. İştisel-görsel araçların izleyicilere yükledikleri katılım sınırlıdır.

Bunlar radyo, televizyon ve filmlerdir. Bu araçlarda okuma yerine görme, söz konusu olduğundan, okur yazar olmayan kitle için en etkili iletişim aracıdır. Bu özelliği bakımından az gelişmiş ülkelerde, halkla ilişkiler aracı olarak yararlanma yoluna gidilmektedir.

a. Radyo :

Her yerde dinlenecek yayın ağına sahip olan bir ülkede radyo, halkla ilişkiler için çok güçlü bir iletişim aracıdır. Ülkemizde özellikle kasaba ve köylerde, kahvehanelerde, tarlada, çayırdaki, evde, sürünün önünde ya da herhangi bir yerde iş yaparken yoğun şekilde dinlenilmektedir. Ülkemizde her yüz insana 30 radyo düşmektedir. Başka deyimle radyo dinleyenlerin sayısının yirmi milyonun üzerinde olduğunu varsayarsak ülkemizde önemli bir iletişim aracıdır.

Eğitim ve kültür alanındaki etkileri ve siyasal kullanımı ile ilgiyi sürekli üzerinde tutmuştur.

Halkla ilişkiler ve tanıtım aracı olarak, radyolarda çok çeşitli etkinlikler yapılabilir.

(1) Haber bültenleri hazırlayarak;

Gazetelerdeki haberlerin hazırlanışı gibi düzenlenir. Bu nedenle, duyurmak istediğimiz olayın bu bültenlerde yer alması için haber niteliğini taşıması gerekir. Muhabir ile bülteni hazırlayan yetkililerin, konunun bültende yer almaya değeceğini inanmaları gerekir. Haberlerin kısa, öz, dikkat çekici ve doğru olması programda yer alma şansını artırır.

(2) Açık oturumlar düzenleyerek;

Halkla ilişkiler alanında yararlanılacak bir başka yayın türüdür. Radyoda yapıldığı ve yayınlandığı zaman çok sayıda dinleyici tarafından izleneceği için daha etkilidir. Radyoda açık oturum programı yayınlanıyorsa, bu açık oturumlardan birinde, tanıtıma çalıştığımız teşkilat, kişi, görüş, yenilik vs. nin fon olarak yer alması sağlanabilirse daha etkili olur. Bunun için hem radyo yöneticileri ile hem de açık oturum programını hazırlayan programcı ile ilişkilerin olumlu olması gerekir.

Böyle bir programa, konu ile ilgili, ülkede ün yapmış isimlerin ve Türk Silahlı Kuvvetlerden yüksek düzeyde bir ilgilinin katılmaları yararlıdır. Bir tartışma programı olan açık oturuma katılanların değişik görüşlerde kişiler olması, programın inandırıcılığı bakımından etkisi ve tarafsızlık görünümü vermesi bakımından önemlidir. Auguste Comte'un "cam ev" sözü unutulmamalıdır, her şey açıkça tartışılabilir ve gerçekler bu açıklık içinde ortaya konmalıdır. Radyo programlarının başlıca yardımcısı olan müzik bir "Açık Oturum" programı için daha dikkat çekici olabilir. Burada aranacak diğer önemli unsurlar teknik nitelikler, iyi hazırlanmış bir tanıtma sinyali ve ilgi çekici bir konuşma ve etkili bir yönetme yeteneğine sahip bir oturumun yöneticisidir.

(3) Radyo röportajları hazırlayarak;

Program yapımcısının, konuyu daha önce iyi araştırması ve bilgilenmesi gerekir. Mülakatı yapacağı insanların konu hakkında bilgili olmaları, kolay anlaşılacak sözcükler kullanmaları, halkın tanıyacağı kişiler olmaları toplumun çeşitli kesitlerini temsil eden temsilci ve kişiler olmaları (kanaat önderleri), konunun inandırıcılığını artırır. Röportajın yoğun izlenmesi için aralara halkın hoşuna gidecek müzik ve efektler konulmalıdır.

Son yıllarda büyük bir gelişme ve değişim içerisinde bulunan ve özellikle gençlik tarafından kabul gören radyo söyleşileri, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin günümüzde kamuoyunu bilgilendiren hususları açısından önemi inkar edilemez.

(4) Belge programları (dokümanter programlar) üretilebilir;

Bu özel programlarda konu üzerinde ayrıntılı bilgi verilir, işin tarihçesinden, başka ülkelerde bu alanda nasıl çalışıldığından vb. söz edilir. Sonra da tanıtılacak kuruluş ya da kişinin bu alandaki çalışmaları, bunların sağladığı yararlar, halktan bu konuda beklenenleri vb. belirtilir. Yayında söz edilecek belgelerin doğruluğuna, konunun geçtiği yörenin iyi ve doğru anlatılmasına dikkat edilmelidir.

"Ordu Nedir?", gibi bir başlıkta toplanacak ve her hafta ayrı bir konuya değinecek belgesel programı, büyük faydalar sağlayabilir.

(5) Reklam programları ve reklam spotları (kısa anonslar);

Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında "reklam programları" ve "spotlardan" da yararlanılabilir. Radyodan yararlanmada dikkat edilmesi gereken unsurlardan biri de yayın zamanının ayarlanmasıdır. Çalışma çağındaki erkekler için hazırlanan bir radyo tanıtma programının saat 15.00'de yayınlanması ne kadar anlamsız ise, çocuklar için hazırlanan bir programın saat 23.00'de, ev kadınları için hazırlanan bir programın saat 19.00'da yayınlanması anlamdan o kadar uzaktır. O halde, radyo programı için, hedef kitlenin en büyük çoğunluğuna ulaşacak bir yayın saatinin seçilmesi gerekmektedir.

Büyük garnizon ve üslerin bulunduğu il ve ilçelerde komutanlıklar, imkanlar ölçüsünde birer FM Radyo istasyonu kurarak (Gölcük Üssü'ndeki Poyraz FM gibi), hem silahlı kuvvetler personeline iç bilgilendirme ve haberlerin duyurulmasını sağlar, hem bölge halkına Türk Silahlı Kuvvetleri faaliyetlerini duyurur. Yerel yönetici ve yörenin ileri gelenleri ile röportaj yaparak yerel halkın sempatisini kazanabilir.

İkinci Dünya Harbi esnasında Alman halkını etkilemek için kullanılan, 16 milyon Alman radyo cihazına karşın, 1000 Amerikan verici radyo istasyonu bulunması dikkat çekicidir.

b. Televizyon (Görüntülü iletişim araçları) :

Kulağa ve göze hitap etmesi açısından etkili bir yayın organıdır. Etki alanı bakımından radyodan daha kapsamlıdır. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında radyo için yukarıda sıraladığımız faaliyetler, televizyonlar için de geçerlidir. Televizyonların en etkili yanı, hareketlilik ve renk unsurunun olma özelliğidir. Dolayısıyla radyodan daha etkilidir. Önemli olan, yayının ses vermesidir.

Milyonlara ulaşan görsel ve işitsel bir araç olarak televizyon, kitle iletişim araçlarının en güçlüsüdür. Televizyonun, yaşamı şekillendirici derecede etkili olması hayret uyandırmaktadır. Davranış biçimleri, usuller, günlük alışkanlıklar bile değişmektedir.

(1) Televizyon ve Basın : Televizyon haberlerinin gazete haberlerine karşı iki avantajı vardır;

(a) Olayları mekandan canlı resimleyebilir ve izleyicilere olayın içinde oldukları hissini verebilir.

(b) İzleyicileri, fazla bir çaba harcamak zorunda bırakmadan, istediği mesajı verebilir. Yazılı basında izleyicinin konuya daha çok dikkat sarf etmesi gerekir. Televizyonda daha kısa olsa da, izleyici haberi aldıktan sonra ayrıntılara girmeye pek hevesli değildir. Ayrıca, araştırmalar televizyon haberlerinin daha inandırıcı etkide olduğunu göstermektedir. Televizyon, aktüel olaylardan çeşitlilik getirir, basın ise politik haberlere ağırlık verir.

(2) Televizyon ve Radyo : Radyonun, televizyona karşı avantajları şöyle sıralanabilir: Radyo kolay taşınabilir, özellikle transistörle olanlar her yerdedir. Çok çeşitli program seçimi sağlar, programlarının esnekliği deprem, sel vb. olayların anında geniş kitlelere duyurulmasına olanak verir.

(3) Televizyon ve Sinema : Televizyon, halkın sinema salonlarına giderek seyredecekleri filmleri evlerine getirir. Bu özelliği nedeniyle sinemaya gidişi azalttığı söylene de son zamanlarda yapılan araştırmalar, Televizyon seyircisi ile sinema seyircisinin farklı olduğunu ortaya çıkarmıştır; sinema seyircisi, daha çok aydınlar ve gençlerden oluşmaktadır. Eğitim düzeyinin yükselmesiyle sinemaya rağbetin artışı, daha kaliteli filmlerin yapılması sonucunu getirmiştir. Televizyon seyircisi ise, genellikle orta sınıf insanlardır.

Kısaca toparlamak gerekirse; Televizyon, gazete ve radyonun veremeyeceği biçimde görme ve işitme duygularına hitap etmesi yönünden daha iyisi olmayan bir iletişim aracıdır. Ancak, başlık haberlerinin ötesinde konuların derinliğine girmez. Yoğun bir düşünsel çaba gerektirmez, ancak dikkati bir noktada toplamak gerekir, çünkü ufak bir ekran üzerinde hareket eden imajlar, konuşulan sözcükler çabucak unutulabilir.

c. Filmler :

Özellikle uluslararası kültürel mübadelede etkili bir enformasyon aracıdır. Filmler sinema salonlarında yer aldıktan sonra, televizyon ekranlarında milyonlarca evde, okullarda, vb. kitlelere ulaşabilen ve kamuoyunu kökten etkileyen bir sosyal ve estetik güçtür. Perdenin somut görüntü özelliği nedeniyle yüksek düzeyde hatırlatma yarattığı söylenmektedir.

Filmleri halkla ilişkiler ve tanıtım alanında 4 kısımda toplayabiliriz.

(1) Sinema filmi (Konulu filmler):

Toplu yaşayışta her sınıf halkın en büyük eğlence vasıtalarından biri olan sinema, insanların görerek tanıma ve öğrenme isteğini, olayları izah ederek tamamlayan ve bunu müzikle de süsleyerek daha cazip hale getiren etkili bir vasıtaadır.

Çoğunlukla hikaye ve romanlardan alınan konuların ya da tiyatro oyunlarının senaryo formatında hazırlanan uzun metrajlı filmlerdir. Sinema filmi ilgi toplar. Bu nedenle, hazırlanacak tanıtım filmi, belli bir öyküyü konu olarak almalıdır. Genellikle küçük kent ve kasaba halkı tarafından sonuna kadar ilgi ile izlenmesini ve içine yerleştirilen mesajın, yadırganmadan alınmasını sağlar.

Türkiye'de 2000 yılında yapılan hesaplara göre kapalı sinemalardaki koltuk sayısı 300.000 kadardır. Açık hava sinemaları da buna eklenirse, özellikle yaz aylarında sinema ile yayınlayacağımız halkla ilişkiler mesajlarına her akşam yarım milyona yaklaşan alıcı kitlesi ulaşır. Türkçe olarak gösterilen filmler başlıca eğlence aracı olarak küçük kent ve kasabalarda olağanüstü ilgi görürler. Yine memleketimizde kamu yararına olan tanıtma filmlerinin asıl filmle birlikte gösterilmeleri zorunludur. Konulu film piyasasında isim yapmış sanatçıların rol almasının büyük faydaları vardır.

Milli birlik ve beraberliği sağlayıcı, milletin devletine güvenini pekiştirici konuların, konulu film haline getirilmesi, yurt içinde ve yurt dışında fevkalade önemlidir. Örneğin " Duvardaki Kan", "Kurtuluş", "Cumhuriyet" ve "Kuruluş" vs.

Bunların yanında 2004 yılı içerisinde İstanbul da ki bir askeri birlik içerisinde, askeri bir danışman eşliğinde iki ay süresince çekimi yapılan "Hababam Sınıfı Askerde" filmi eğlence amaçlı olmasına nedeniyle içerisinde verilen mesajlarla daha büyük halk kitlesine ulaşmak mümkün olacaktır.

(2) Belge filmleri (Dokümanter) :

Sinemacılıkta "kısa metrajlı" adını alan bu tür filmlerle esas olan tanıtma mesajıdır. Bu filmde oyuncu yoktur, anlatıcı vardır. Öykü yoktur, gösterilen belgeler vardır. Önemli olan konunun iyi bir anlatım ve uyumlu bir sıra ile sunulmasıdır.

(3) Film Şeritleri :

Bunlar çoğunlukla 16 mm.lik kısa film parçalarıdır. Örneğin 50 karede mesaj anlatılır. Genellikle sessiz olan film şeritlerini kullananlar ufak salonlarda kendi sesleri ile büyük yerlerde mikrofon, ses yükseltici düzeninden ya da ses kayıt makinesinden yararlanarak, görüntülerin kendi başlarına anlatamadıkları konularda filme yardımcı olunur.

(4) Saydam :

Halkla ilişkilerde kullanılan diğer bir görüntü aracıdır. Fotoğraftan farklı değildir. Silahlı Kuvvetler film makineleri ve çekme araçları bakımından güçlü bir kuruluştur. Asgari mali imkanlar ile istenilen sonucu alacak durumdadır.

ç. Elektronik iletişim araçları :

(1) Bilgisayar

(2) İnternet

Ülkemizin, enformasyon ve bilgi çağı ile tanışmasında, benimsenmesinde bu iki araç öncülük etmektedir. Ülkemizde, kurum ve kuruluşların zengin bilgi ve belgeleri, sürekli bu araçların bankalarına kaydedilmektedir.

2.4. Sergiler

Belirli bir mekanda, geniş halk kitlelerinin gezerek, görerek ve inceleyerek istifade ettiği bir etkileme yoludur. Göze seslenmesi bakımından yararlı sayılabilecek olan bu haberleşme aracının okuma-yazma oranı düşük olan ülkelerde fazla verimli olacağı kesinlikle söylenemez. Ancak, öteki araçlardan da yararlanarak düzenlenen tanıtma kampanyasının sergilerle de desteklenmesi başarılı olur. Sergiler genelde iki grupta toplanır.

a. Sürekli sergiler :

Sürekli sergiler, belirli bir yerde, belirli süre açık kalmak için hazırlanmış sergilerdir. Taşınması söz konusu olmadığı için ağır, hakiki, büyük parçalardan kurulu olmaması, taşınır olması gibi niteliklere dikkat edilmez. Büyük panolar, sağlam dayanaklar, vidalar vb. ile bağlanır, tutturulur ve görüntülerin gösterişli olmasına önem verilir.

Sergilerde düzen sırası önemlidir. Konu dağınık bir biçimde değil, birbirini izleyen parçalar halinde sunulmalıdır. Öyle ki, sergiyi gezen kişi, çıkış kapısına geldiği zaman konu hakkında belirli bir görüşe sahip olabilmelidir.

Hava Kuvvetleri bünyesinde İstanbul, Ankara, Eskişehir de kurulmuş hava müzeleri buna en güzel örnektir. Kuruluşundan bu zamana kadar hava kuvvetlerinde görev yapmış bütün uçaklardan birer örnek ile gelişimini gösteren bilgi ve resimlerle müzeyi ziyaret eden binlerce kişiye tanıtım yapılmaktadır. Yine bu ziyaretler sırasında gösterilen tanıtım filmi ile Türk gençliğine havacılık ve askerlik aşkı aşılanmaktadır. Bu tür sergilerde gösterilen ve Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtıcı Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanmış bir tanıtım CD'si ile Hava Harp Okulunu tanıtıcı bir CD'nin fotokopisi EK-C'dedir.

b. Gezici sergiler :

Taşınabilir(portatif) parçalardan düzenlenmiştir. Kısa süreler kurulu kalır ve yer değiştirirler. Geziciliği sağlamak için panolar daha küçük daha az sayıda hazırlanır, ve sergide(bir uçak motoru gibi) büyük ve gerçek örnekleri bulunmaz. Amaç, daha çok yörede, daha kısa zamanda, daha çok insanı etkilemektir.

30 Ağustos 2004 Zafer Bayramı kutlamaları esnasında bir ilk olarak Ankara Atatürk Kültür Merkezinde açılan silah sergisinde silahlı kuvvetler bünyesinde yer alan bazı silahlar ile bazılarının resim ve tanıtım bilgileri sergilenmiştir. Sergi sonrası konuyla ilgili birimler arasında yapılan toplantı sonucunda, sergiyi genelde asker ailelerinin gezdiği tespit edilmiş ve 2005 yılında ilginin daha fazla olması için neler yapılması gerektiği konusunda çalışmalara hemen başlanmıştır.

c. Özel pavyonlar :

Fuar ve panayırda, tanıtma alanında yararlanma öteden beri başvurulmuş bir yoldur. Bölgesel, ulusal ya da uluslararası fuarda çeşitli konuların (bir yeniliğin tanıtılmasından, bir ülkenin tanıtılmasına kadar) fuarı gezecek binlerce, milyonlarca insana tanıtılması kolay ele geçmez bir fırsattır. Diğer kuruluşların çabalarıyla mesajımızı almaya kendi ayağı ile gelmiş hazır kitlelerin ilgisini, bu fuarda düzenleyeceğimiz bir pavyonla çekebilmek, halkla ilişkiler biriminin başarısını kolayca artıracak bir davranıştır.

2.5. Toplumsal etkinlikler

a. Festivaller :

Belirli bir zaman diliminde; geniş halk kitlelerinin iştiraki, düzenlenen yörenin gerçeklerine uygun, bir amacın gerçekleştirilmesi ya da daha da ilerletilmesi için düzenlenir. Aynı zamanda festival süresince her türlü iletişim aracından istifade edilerek varolan halk kitlesine daha az emek ve bütçeyle ulaşılabilir.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halkla ilişkiler ve tanıtım alanında kolayca faydalanabileceği bir husustur. Ordumuzda birlik ve kıtalarda zaman zaman yapılan festival ve/veya kutlamalar (Donanma, Kuzu Günleri vb.), genellikle geniş alanlarda tertip edildiklerinden, halkın katılım ve görüşlerine arz edilmesinde kolaylık sağlayacak niteliktedir. Bu gibi morali artıran ve orduyu tanıtma niteliğinde bulunan günler, memleketimizin çeşitli bölgelerinde (ilgili askeri tesis bulunan her yerde) kutlanacağından, yine bu bölgelerde bulunan değişik halk kitlelerinin katılımı ile silahlı kuvvetlere olan bağlılık ve ilişkilerini arttırmalarına sebep olacaktır.

Bu bilinçle, 2005 Nisan da Marmaris'te düzenlenecek 2. Uluslararası Denizcilik Festivali için Deniz Kuvvetleri Komutanlığı çalışmalarına 2004 yılı içerisinde başlamıştır.

b. Balolar :

Balolarda kuruluş ilgilileri, kent ve bölge yöneticileri ile kent dışından gelmiş çeşitli mesleklerde söz sahibi kişilerle yörenin yüksek düzeyde devlet memurları ile iş adamlarıyla yüz yüze görüşmek, yaptıkları işleri anlatma, sorunlarını ve isteklerini

sıralamak fırsatını bulurlar. Yemekte ve gezide kurulan bu tür dostlukların, ileride çeşitli sorunların çözümüne yararlı olacağı şüphesizdir.

Örneğin, 2004 yılı Cumhuriyetin kuruluşu amacıyla Cumhurbaşkanlığı tarafından verilen resepsiyonda, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer, Genelkurmay başkanı Hilmi Özkök ve Kara Kuvvetleri Komutanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt'ın Türkiye'deki gündemle ilgili olarak yaptıkları açıklamalar aşağıdaki gibi olup, aynı gün CNN Türk kanalında haber olarak yayınlanmıştır.

“ Çankaya köşkündeki önemli resepsiyonda önemli mesajlar var. Çankaya köşkünde gerçekleştirilen Cumhuriyet resepsiyonunda sohbetlere Başbakanlık İnsan Hakları Denetleme Kurulunun raporuyla gündeme oturan azınlık tartışması hakimdi. Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer, anayasaya atıfta bulundu. Anayasa vatandaşlığı etnik kökene bağlamamıştır, vatandaşlık bağına bağlamıştır. Türkiye Cumhuriyetine vatandaşlık bağı ile bağlanan herkes Türk'tür. Anayasa Türklüğü etnik kökene bağlamıyor. Lozan antlaşmasında da azınlık tanımı açıktır. Bu değişmez, kimse kaygı duymasın.

Aynı konuda Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hilmi Özkök'de benzer mesajlar verdi. Özkök, azınlık kavramının tek bir tanımı olmadığını söyledi her güvenlik anlayışı, jeopolitik konumu ve sosyolojik bünyesinin farklı olduğunu belirtti. Genelkurmay Başkanı, refah seviyesi yükseldikçe sorun da kalmaz mesajını verdi. Türk kimliği üst kimliktir bunda korkacak bir şey yok. Her ülke toplumunu bir arada tutmak adına bir üst kimlik yaratmak zorundadır. Türk kelimesi Türkiyeliliği de ifade ediyor. Bunu değiştirmeye kalkmanın çok daha zor ve ihtilafı olacağını düşünüyorum. Uzun yıllar sonra Türkiye problemlerini hal ettikten sonra kimse buradan ayrılmayı düşünmez, gündeme getirmez. Genelkurmay Başkanı Avrupa Birliği süreciyle ilgili olarak da 17 Aralık'tan önce hata yapılmamalı mesajını verdi. Müzakere sürecinin Türkiye'nin 10 yıllarını etkileyeceğini belirten Özkök, bu nedenle genel bir konsensüs sağlanmalı dedi. İşte bu noktada Genelkurmay Başkanı hükümetle ilişkilerini de değerlendirdi. Benim için Adalet ve Kalkınma Partisi başka, Erdoğan başka, hükümet başka. Ben hükümete bağlı bir organım. Benim için önemli olan Cumhuriyet hükümetidir. İlişkiniz şiiir gibi diyorlar. Bunlar uydurma şeyler. Biz kendi içimizde bile kuvvet komutanlarıyla hareket planı yaparken görüş ayrılığına düşüyoruz. Önemli olan son noktada uyumu bulabilmektir.

Resepsiyonda Kara Kuvvetleri Komutanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt'tan da terör ve Kuzey Irak konusunda çarpıcı mesajlar geldi. Büyükanıt, Öcalan İmralı' da örgütü Şam'dan daha iyi yönetiyor dedi. Abdullah Öcalan İmralı'da örgütü Şam'dan daha iyi yönetiyor. Avukatları aracılığıyla talimatlar iletiyor. Avukatları hakkında bugüne kadar otuza yakın suç duyurusunda bulunuldu ama yargıda bir sonuç alınamadı. Abdullah Öcalan'ın yakalandığı yıl olan 1998'de terör örgütü üyelerinin sayısı Türkiye 'de dört yüze kadar düştü. Oysa bugün rakam yine iki binlere çıktı. Kuzey Irak'taki kandil dağından geliyorlar. Amerika herhalde bu teröristlerin Türkiye'ye gelmelerini istiyor. ”

Verilen başarılı bir balonun bir başka yararı da gazete, TV, Radyo ve doküman filmleri gibi araçların yer vermesi ile kamuoyunda yapacağı olumlu etkilerdir. Yemekler, danslı partiler, çay partileri gibi bu günün toplumunda sık sık rastlanan toplantılar da iletişim için önemli araçlardır.

c. Toplantılar ve mitingler :

Bir konunun tanıtılması için toplantılar düzenlenmesi de, halkla ilişkiler alanında sık baş vurulan bir yoldur. Bu toplantılarda konuların her yönü ile ele alınması, varılan sonuçların kitle iletişim araçları ile halka duyurulması, sağlanacak etkinin artmasını kolaylaştırır. Bu toplantılarda konuşmacıların, yüksek mevki sahibi, ün yapmış, geniş halk kitlelerini temsil eden, sevilen, sözüne güvenilir kişiler olması, halkın inancını artırıcı rol oynar.

Toplantılarda göz önünde tutulacak önemli hususlar şunlardır;

- Toplantı zamanının iyi seçilmesi,
- Toplantının kamuoyuna gereğince duyurulması,
- Toplantı için uygun yer seçimi,
- Toplantı salonunun rahatlığı, genişliği ve iyi tanzimi (Ses düzeni, konuyla ilgili afiş, pankart vs.),

- Toplantı konusunun, bu alanda kuruluş tarafından yapılan çalışmaların, konuşmacıların kısa biyografilerinin ve konuşma metinlerini önceden çoğaltılarak, içinde bilgilerin, konuşmacıların, yapılan çalışmaların, fotoğrafların, hatta dosyaların hazırlanması,
- Salonda mikrofon düzeninin kontrolü ve ses kayıt cihazlarının önceden hazırlanması,
- Toplantı salonunun girişine üzerinde konu ile ilgili grafik ve resimler bulunan panoların yerleştirilmesi,
- Toplantı sonuçlarının duyurulması.

Toplantılar icra maksatlarına göre isimlendirilmektedir. Bunlar;

(1) Seminerler :

Çoğunlukla birkaç oturum süren toplantılardır. Seminer boyunca birkaç konuşmacı, hazırladıkları raporları sunar ve ele alınan konuyu çeşitli yönlerden incelerler. Bunlar genellikle en yüksek bilimsel düzeydeki toplantılar olduğu için dinleyicileri de sınırlıdır. Belirli kitlelere bir konunun tanıtılmasına yararlar.

(2) Konferanslar :

Belirli bir konuda uzmanlaşmış kişilerin bilgi ve denemelerini başkalarına aktarmaları ile sonuçlanır. Konferanslar, seminerlerden daha geniş ve kozmopolit bir dinleyici kitlesi toplar. İlginç konular basının dikkatini çeker ve halka yayınlanır.

(3) Münazaralar :

İçinde bir yarışma havası taşıdığı için münazaralar çoğunlukla, çeşitli düzeylerdeki halkın ilgisini toplar.

(4) Açık Oturumlar :

Radyo programlarında arz edilmiştir. Açık oturumların ses kayıtlarından kağıda geçilmesi, konuşmaların gazetelerde, veya kuruluşun kendi yayınlarında basılması olanağını sağlar.

ç. Yarışmalar :

Bilimsel konularda veya sanat, spor ve beceri geliştirme gibi geniş ölçüde kamuoyunun ilgisini çeken konularda düzenlenen yarışmalar, kamunun ilgi, güven ve sempatisini kazanmada kullanılabilen önemli bir halkla ilişkiler etkinliğidir. Sinemalar, basın ve televizyonlar da yer almaktadır. Donanma yat yarışları, atış yarışmaları, Harp okulları arası spor yarışmaları gibi.

d. Törenler :

Çeşitli faaliyetlerin düzenlenmesini gerektirdiği törenler, özellikle radyo ve basının ilgisini toplamaları bakımından yararlı birer halkla ilişkiler aracıdır.

e. Kurslar :

Genel olarak eğitim ve öğretim amacını taşırlar. Çoğunlukla kuruluşun personeli için, bazen de kuruluşa personel yetiştirmek veya bazı kuruluş dışı personele silahlı kuvvetler ve milli güvenlik konusunda yeterli bilgi vermek maksadıyla faaliyet gösterirler. Kurumun dış ilişkilerinde büyük önemi vardır.

f. Geziler :

(1) Türk Silahlı Kuvvetleri İlgilileri için Hazırlanan Geziler :

Türk Silahlı Kuvvetleri mensuplarının, bilgilerini artırmaları için bu alandaki benzer çalışmalarını yerinde görmelerinde yarar vardır. Kent içinde, ülkenin başka bölümlerinde veya yurt dışındaki kuruluşların gezilmesi önemlidir.

Özellikle başka bölgelerde ve yurt dışında yapılan incelemeler yeni yönetim ve çalışma metotları üzerinde yeni bilgiler edinilmesine yol açar. Edinilen bilgi ve deneyimlerin kuruluşta uygulanması, verimin artışı ve çalışmalara yeni görüş açılarından bakılmasını kolaylaştırır. Gezilerin önemi tartışılmaz ancak, maliyeti yüksek olan etkinliklerdir.

(2) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halkın gezilerine açılması :

Belirli zamanlarda, halkı çalışmaları görmeye çağırmakta; bir Amerikan deyimini ile açık ev (Open House) düzenlemesi yararlıdır. Bu gezilerle sokaktaki insan, mevcut çalışma düzenini ve kuruluşun ne ile uğraştığını öğrenir. Millettin toprak bütünlüğüne, devletin gücünün yüksekliğine ve dolayısıyla birlik ve beraberliğin pekiştirilmesi gerektiğine inancı artar. Halk da, kendisinin silahlı kuvvetlerin bir parçası olduğunu ve ayrılmaz olduğu inancı daha da güçlenecektir. Böylece halkla bir yakınlaşma doğar. Halkın çalışmaları beğenmesi, benimsemesi, çalışma ve yaşama koşullarını takdir etmesi zamanla silahlı kuvvetlere duyulan ilgi ve güveni artırır. Halkla ilişkileri canlandırmak ve ilgiyi devam ettirmek maksadıyla; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kurum ve kuruluşlarının ziyaret ve tanıma amacıyla sivil halka açılması (ziyaretler) etkili ve başarılı bir yöntemin uygulanmasına imkan verdiği kadar, gereklidir de.

(3) Türk Silahlı Kuvvetleri'nde, Kıta, Karargah, Okul, Eğitim Merkezi ve Kurumların Ziyaret ve Tanıma Amacıyla Sivil Halka Açılması Şeklinde Uygulanacak Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yönteminde Beklentiler :

Halkla ilişkilerde amaç; Belli bir kitleyi etkilemek ve ondan etkilenmek, sonuçta bütünleşmeye ulaşmak suretiyle karşılıklı anlayış ve işbirliği sağlamak olduğuna göre, uygulanacak "ziyaretler" yöntemi neticesinde iki taraf da etkilenecektir. Bunlardan biri halk, diğeri Türk Silahlı Kuvvetleri'dir. (Harp Akademileri Yayınları, s.78, 1971)

Bu maksatla uygulanacak yöntem ile halkın ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin etkilenmesi neticesinde beklentiler şu şekilde tespit edilmiştir. (KOÇ Necmi, s. 11,Eylül 1988)

(a) Genel beklentiler :

(i) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, halka tanıtılması en iyi şekilde sağlanmış olur. Bu şekilde halkın ilgi, bilme ve tanıma isteği en uygun şekilde karşılanır.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ülke savunmasını yeterince yapabilecek güçte olduğu, barış döneminde verdiği hizmetler ve çeşitli alanlardaki katkıları halka gerçek bir şekilde ve yerinde gösterme imkanı sağlar.

(ii) Olumsuz propagandalar önlenir. Bugün Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halkla ilişkilerinde basın önemli rol oynamaktadır. Yakın zamana kadar TÜRKİYE'NİN eleştirilmez tek kurumu olma özelliğini taşıyan Türk Silahlı Kuvvetleri, yavaş yavaş bu özelliğini kaybetmeye başlamıştır. İç ve dış mihrakların gerektirdiğinde ordu-millet bütünlüğüne gölge düşürmek için ellerinden geleni yapacakları hiç bir zaman unutulmamalıdır. Gerçek olmasa bile, bir soru işareti bırakan bu gibi faaliyetlere karşı, açık ve etkin bir yöntem ile başarı oranı yüksek bir mücadele sağlanır.

(iii) Milli duyguların ve geleneklerin devam ettirilmesi sağlanacaktır.

"Her zaman ve nerede olursa olsun tek veya kıt'a halinde askerin bir yerde görülmesi, milletimizin dikkatini çeker, heyecanını kamçılar. Milletin kadını, erkeği, çocuğu, yaşlısı ve genci geçen her askerde kendi oğlunu, kendi kocasını, kendi kardeşini, babasını, ağabeyini ve kendisini görür. Onun askere uğurlanışını, izinli gelişini, mektuplarını, hatıralarını taşkın bir heyecanla hatırlar. (Türk Kültürü Dergisi, Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Sayı:46, Ankara,1985, s.3)

Ordu-millet karakterini çok güzel yansıtan bu olayları, duyguları zaman aşındırmaktadır. Bu duyguların ve geleneklerin canlı tutulması ve devam ettirilmesinde, halkla ilişkilerde uygulanacak inceleme konusu yöntemi etkili olacaktır.

(iv) Milli bütçenin büyük bir kısmını teşkil eden savunma harcamalarının uygunluğu inandırıcı bir şekilde halka gösterilecektir. Halkın verdiği vergilerden yapılan savunma harcamalarının en uygun şekilde kullanıldığını ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin güçlendiğini görmek halkın en tabii hakkıdır. Yabancı ülkelerde silahlı kuvvetlere alınan bir tanka, araca önce halk bindirilmekte, alınan uçaklarla önce halka gösteri yapılmakta ve faaliyet halka benimsettirilmiştir.

Halkla ilişkiler; yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası değil, eylem ve işlemleri halkı etkileyerek gerçekleştirme ve böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etme süreci olduğu göz önüne alınırsa, uygulanacak yöntem ile bu en iyi şekilde sağlanacaktır.

(v) Topyekün savunma, Türk Silahlı Kuvvetleri ile halkın birlik ve bütünlük içinde çalışmasıyla gerçekleşir.

"Milletin her ferdi de yurdun korunmasında asker ile beraberdir. Esasen bir yurt silahlı, silahsız bütün yurttaşların canlarını birlikte ortaya koymalarıyla korunur. Türk Milleti her zaman bu duyuş birliği ile var olmuştur. ve yine bu duyuş ve davranış birliği var olacaktır." (Türk Kültürü Dergisi, Sayı:46, s.66. 1985)

Halkın, Türk Silahlı Kuvvetleri ile bu davranış birliğini gerçekleştirmesi, onu çok yakından tanıması, görmesi, inanması ile mümkündür.

(b) Halktan beklentiler :

Uygulamanın halkı etkilemesi neticesinde, halktan beklentiler şöyle sıralanabilir;

(i) Halkın, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne olan ilgisi artacaktır. İçinde yaşadığımız toplum ekonomik ve sosyal problemlerin egemenliği altındadır. Günlük meşguliyetler içinde eski ideolojik çatışmaların ve milliyetçi duyguların yerini maddi tatmin ve psikolojik denge sorunları almaktadır. Bu durum ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin geçmişe nazaran halkla olan ilişkilerinin azalması ve çeşitli olumsuz propagandalar halkın Türk Silahlı Kuvvetleri'ne olan ilgisini azaltmıştır. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ziyaret ve tanıma amacıyla sivil halka açılması, halkın yeniden dikkatini ve ilgisini çekmeyi sağlamıştır.

(ii) Halkın Türk Silahlı Kuvvetleri'ne olan yardımını ve desteğini artıracaktır. Bu yardım ve destek maddi ve manevidir. Günümüzde gelişmiş birçok ülkenin silahlı kuvvetlerine, halkın desteğini sağladıkları ölçüde maddi kaynak tahsisi yapılmaktadır.

Diğer yandan Türk Silahlı Kuvvetleri'nin askerlik dışında sosyal, kültürel, eğitim, tarım, bayındırlık gibi alanlarda da hizmetleri vardır. Bu konularda halkla işbirliği yapmak, daha verimli sonuçların alınmasını sağlayacaktır. Ayrıca halkla ilişkileri sağlayan bir usul de ağızdan ağıza yayılan haberlerdir. Bu, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin olumlu propagandasını yapmak ve caydırıcı bir güç unsuru olduğunu duyurmak için iyi bir imkan sağlayacaktır.

(iii) Halkın vatandaşlık duygusunu ve sorumluluğunu geliştirecektir.

Askerlik yapmak, vergi vermek temel vatandaşlık görevlerindedir. Ziyaret ve tanıma maksadıyla, halkın Türk Silahlı Kuvvetleri'ni gezmesi, olumlu faaliyetleri ve harp silah ve araçlarını görmesi halkın temel vatandaşlık görevlerine(askerlik, vergi verme) daha sorumlu ve bilinçli yaklaşmasını sağlayacaktır.

Bir insan gidebildiği ve girebildiği yere sahip çıkabilir ve "burası benimdir" diyebilir. İnsanlar, sahip oldukları şeylere karşı daha çok hassasiyet ve itina gösterecekleri bir gerçektir. Konu aynı zamanda halkın, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne sahip çıkma ve dolayısıyla daha fazla inanmasını, güvenmesini ve sempati ile bakmasını sağlayacaktır.

(iv) Uygulama Türk Silahlı Kuvvetleri ile halk arasındaki araçların kalkmasını temin edecektir. Bugün halk bir resmi işi dahi olsa, bir askeri tesise girmeye ve hatta yaklaşılmaya çekinmekte, korkmaktadır. Bu durumda resmi bir işi olan vatandaş veya oğlu asker olan bir aile isteklerini yaptırmak için Orgeneralinden itibaren en küçük rütbeye kadar subay ve astsubayı araya sokarak isteğini halletme yoluna başvurmakta ve daha çok personeli meşgul etmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ziyaret ve tanıma maksadıyla halka açılması ile önce psikolojik durum (Askeri tesisten korkma) düzelecek, sonra da teklif ve isteklerin aracı kullanılmadan doğrudan ilgililere iletilmesi sağlanacaktır.

(v) Türk gencine, Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtarak, askerliği meslek olarak seçmesi ve Türk Silahlı Kuvvetleri'ne daha kalifiye personelin katılması sağlanacaktır. Bugün tanınmayı ve bilgi noksanlığından dolayı askeri okullara müracaat eden personel miktarında azalma görülmektedir. Halbuki Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yakından tanınması, askeri tesislerin gezilmesi ve askerlik hakkında fikir sahibi olması, gençlerin askeri okullara girme isteğini artıracaktır. Günümüzde vatani vazifesini yedek subay olarak yapan ve müteakiben muvazzaf subaylığa geçmek için müracaat eden

personel miktarının anımsanamayacak ölçülerde olduğu dikkat çekicidir. Çünkü yedek subay olarak vazife yapan mükellefler bu vazifesi esnasında Türk Silahlı Kuvvetleri'ni daha iyi tanıma imkanı bulmaktadır.

(vi) Gençlere askerlik ruhu ve sevgisi kazandırılacaktır. Günümüzde ancak lise ikinci sınıf öğreniminde verilebilen "Milli Güvenlik Dersleri" gerek kapsam, gerek zaman olarak gençlere doyurucu bilgi vermekten uzaktır. Ankara ve İstanbul'da okuyan lise öğrencilerine Harp Okullarının gezdirilmesi, diğer illerde de mevcut kırsalaların gezdirilmesi küçümsenmeyecek derecede etkili ve doyurucu olacak, gençlerin askerliğe karşı bir sempati duyması sağlanacaktır.

(vii) Gençleri vatani vazifelerini yapmadan önce, psikolojik olarak bu vazifeye hazırlama imkanı verecektir. Böylece askerlik hizmetinde personelden daha verimli faydalanma imkanı olacaktır.

Askere gitmeden önce bir Türk genci duygu ve düşüncelerini şöyle ifade etmektedir;

"Her Türk genci gibi vatani vazifeye başlarken tatlı bir heyecan içinde idim. Bu heyecana, biraz sağlık durumumun ve uzun süreli tecille yaşımın normal askerlik çağını aşmış olmasının verdiği endişe de katılıyordu. Hemen hemen bütün akranlarım vazifelerini çoktan yapmışlar ve hepsinden kulağımda ayrı birer hikaye kalmıştı. Şubedeki ve diğer gerekli yerlerdeki muameleleri tamamladıktan sonra, testler için Kağıthane'deki İstihkam Okulu'na giderken, zihnimden çeşitli düşünceler geçiyordu. Herşeye rağmen askerlik benim için kapalı bir kutu idi. Ne yakınlarım arasında bir asker vardı, ne de bizim nesil tahsil devresinde eskiden olduğu gibi askeri kamp görmüştü. Lisedeki askerlik derslerinden öğrendiklerimiz ise aradan geçen yıllarda unutulmuştu." (Türk Kültürü Dergisi, Sayı:46, s.68. 1985)

(b) Türk Silahlı Kuvvetleri'nden beklentiler :

(i) Personelin morali ve çalışması üzerinde olumlu katkıları olacağı değerlendirilmektedir.

Milleti için var olan Türk Silahlı Kuvvetleri'nin zaman zaman millet ile arasında uçurumlar yaratılmıştır. Türk Silahlı Kuvvetleri personeli milleti için var olduğunun idraki içindedir. Ancak görevi gereği neler yapıldığını, neler yaptığını, ne yapacağını milletine gösterebildiği sürece, morali yüksek olacak ve daha çok çalışacaktır.

"Türk Silahlı Kuvvetleri, bu amacını yalnız muhtemel bir savaşla gösterecektir" düşüncesi yeterli değildir. Bu Türk Silahlı Kuvvetleri'nin gelişmesini, güçlenmesini sekteye uğratır.

(ii) Daha çok ve kalifiye personelin Türk Silahlı Kuvvetleri saflarına katılmasını sağlayacaktır. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni yakından tanıma imkanı bulan gençlere askerliği meslek seçme imkanı tanınmış olacaktır.

(iii) Temizlik, bakım ve tertip bakımından gelişme sağlanacaktır.

Gerçekte her kışlada ve askeri tesiste var olan bu özelliklere sivil halkın ziyaretleri ayrıca itici bir unsur olacaktır. Personel, koğuşunu, yemekhanesini, çalışma yerlerini, aracını, silahını, gemisini misafire en güzel şekilde gösterebilmek için çaba ve gayretlerini yoğunlaştıracaktır.

(iv) Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kendi bünyesi dışında bir unsur tarafından değerlendirilme imkanı sağlanacaktır. Halkın değerlendirmelerini daha objektif ve bir etki altında kalmadan yapması, olaya yeni boyutlar kazandıracak ve gelişme süratlenecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK YILDIZLARI

1. TÜRK YILDIZLARININ KURULUŞU ve AMACI

1911 yılında kurulan TÜRK HAVA KUVVETLERİ kendini ard arda yaşanacak olan savaşların içinde bulur. Balkan Savaşları ile başlayan bu süreç, 1.Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı ile devam eder. Türk Havacıları 1.Dünya Savaşı'nda Galiçya'dan Yemen'e ve oradan da Kafkasya'ya kadar uzanan geniş alanda önemli görevler üstlenirken; M.Kemal ATATÜRK önderliğinde başlayan ve zaferle sonuçlanan Kurtuluş Savaşı'nda da önemli başarılarla imza atar.

Görevlerini yapmanın yanı sıra, gelişmek, dünya standartlarına erişmek ve bunun için de çok hızlı yol katetmek zorunda olan Türk Hava Kuvvetleri'ndeki akrobasi tarihi de kuruluşundan çok kısa bir süre sonra; 1914'te başlar. Plt.Tğm. Fazıl Bey'in, 5 Mart 1914'te 400m irtifada akrobasi yapmaya başlamasının ardından diğer pilotlar da akrobasi hareketleri denerler.

Akrobasi konusunda dünya havacılık tarihinde kısa zamanda yerini alan Türk Hava Kuvvetleri, bünyesindeki ilk resmi akrobasi çalışmaları 1926 yılında Hava Harp Okulu (Uçuş Okulu) bünyesinde başlar. Uçuş öğretmeni Plt.Tğm. Enver Akoğlu başkanlığında oluşturulan, aralarında Plt.Tğm.Tekin Arıburun'un da bulunduğu bu grup son derece başarılı çalışmalar gerçekleştirir.

Türk Hava Kuvvetleri bünyesinde, günümüzdeki modern ve ileri teknolojiye uygun havacılık anlayışına uygun nitelikteki ilk akrotim; MİLLÎ adıyla, jet dönemine geçilmesinin hemen ardından 1952 yılında kurulur. Türk Hava Kuvvetleri'nin ilk jet üssü olan Balıkesir 9ncu Hava Üs Komutanlığı'nda kurulan bu akrotim F-84 G Thunderbird kullanmıştır.

1952-1962 yılları arasında faaliyet gösteren MİLLÎ çağrı adlı bu ilk tim önemli başarılarla imza atmıştır. Türkiye'de çok sayıda uçuş gösterisi yapan MİLLÎ; yurt dışında da (İtalya/Belçika gösterileri ile) adından söz ettirmeyi başarmıştır.

Eskişehir 4.Hava Üs Komutanlığı'nda 1955 yılında kurulan ikinci timin çağrı adı UÇAN KUĞULAR'dır. Kırmızı beyaz renklerle boyanmış ve burun kısımlarında kuğu motifi işlenmiş F-86 E Sabre uçaklar kullanan bu akrotim, faaliyetlerine 10 yıl süreyle devam etmiştir. UÇAN KUĞULAR 1964 yılında yaptığı 9'lu ve 12'li gösteriler ile Türkiye ve dünya havacılık tarihinde önemli bir yer kazanmıştır. Diyarbakır 8.Hava Üs Komutanlığı'nda 1957 yılı sonlarına doğru kurulan AKREP çağrı adlı akrotim; 1959 yılına dek faaliyetlerini sürdürmüştür. Kullanılan uçak tipi F-84 G olan akrotim, yurt içi ve yurt dışında (Pakistan) çeşitli gösterilere katılmıştır. YARASALAR çağrı adını taşıyan bu akrotim 1964 yılında Merzifon 5.Ana Jet Üs Komutanlığı'nda kurulmuştur. Uçak tipi F-86 E Sabre olan ve uçaklarının siyah-beyaz renklerle özel bir motifle boyandığı bu akrotim, 2 yıl süreyle faaliyet göstermiş, 5'li, 9'lu ve 12'li akrobasi gösterileri yapmıştır. 1971 Malazgirt Zaferi'nin dokuz yüzüncü yıl dönümü kutlamalarında uçuş gösterileri yapmak amacıyla 1971 yılında Merzifon 5.Ana Jet Üs Komutanlığı'nda kurulmuştur. Sadece bu tören için oluşturulan akrotimin uçak tipi F-5A (Freedom Fighter)'dır.

1971-1992 yıllarında sürekli faaliyet gösteren bir akrotim teşkil edilmemiştir.

20.Yüzyılın sonlarına doğru süratle gelişen havacılık teknolojisini başarıyla takip eden Türk Hava Kuvvetleri, Avrupa da, havacılık alanında en büyük güç haline gelmiştir. Kendisini, ortaklaşa gerçekleştirilen tatbikatlarda kanıtlamasına ve diğer ülkelerin takdirini kazanmasına rağmen, bu başarılarla ait bilgiler sadece askeri çevre tarafından bilinmekle sınırlı kalmıştır.

Sivil toplumların havacılık alanında ilgisini çeken esas konunun yapılan hava gösterileri olduğunun farkına varan Türk Hava Kuvvetleri, ülkelerin yönetim kademelerini oluşturan ve yönetimlere direk etki edebilen sivil toplumların ilgisini çekebilmek, kendisini ve dolayısıyla Türk Silahlı Kuvvetlerini bütün dünya ya tanıtabilmek ve büyük bir hava gücü olduğunu gösterebilmek maksadıyla, 20 yıllık bir aradan sonra tekrar bir akrotim ekibi oluşturma kararı alarak, 1992 yılında projeyi hayata geçirmek için faaliyetlere başlamıştır.

Türk Yıldızları adıyla çekirdek kadrosu kurulan gösteri timi, Hava Kuvvetleri bünyesinde bulunan F-5 uçakları üzerinde yapılan düzenlemeler sonucu, 4 uçakla çalışmalara başlamıştır.

İlk gösterilerini 4 uçak ile 18 Haziran 1993 yılında Ankara üzerinde gerçekleştiren Türk Yıldızları, 5 Ekim 1994 tarihinde Diyarbakır üzerinde 6 uçak ile ilk gösterilerini yapmıştır. Yine bu tarihlerde uçaklar, beyaza boyanarak, gövde altlarına Selçuklu kartalının resmi yapılarak, gösterinin daha iyi izlenebilmesi maksadıyla duman sistemi eklenerek ve dikey kanatlara Türk bayrağı yapılarak daha ilgi çeker hale getirilmiştir. 7 uçak ile ilk gösterilerini 20 Nisan 1995 de Eskişehir semalarında gerçekleştiren Türk Yıldızları, 2003 yılı sonlarına doğru 8 uçak ile gösteri eğitimine başlamış ve 2004 itibariyle de 8 uçak ile gösterilerine başlamıştır. Halen 8 uçakla gösterilerine devam etmektedirler.

Türk Yıldızlarının ilk kuruluşu, Konya da konuşlu olan 3. Ana Jet Üs Komutanlığı bünyesindeki 132. filo içerisinde olmasına rağmen, 1996 yılında, 134. Akrotim Filo Komutanlığı adı altında yeni bir filo olarak kadrolandırılmıştır.

Filonun vazifesi; “Barışta; Bağlı olduğu komutanlığın vazifesinin başarılmasında, Türkiye Cumhuriyeti’nin, Türk Silahlı Kuvvetleri ve Türk Hava Kuvvetleri’nin tanıtılması ile disiplin ve etkinliğinin anlatılmasına, Türk halkının Hava kuvvetlerine olan güven duygusunun pekiştirilmesine, gençlerin havacılığa olan sevgisinin artırılmasına katkıda bulunmak, emir verildiğinde bünyesindeki uçak ve pilotlar ile aynı tipteki Filo Komutanlıklarını Harekat Planları doğrultusunda desteklemek.” şeklinde belirlenmiştir.

Gösteri timinde görev yapacak pilotların seçimi ise belirli şartları gerektirmektedir. Gösteri timinin kullandığı uçak tipi NF-5 olduğu için, öncelikli şart bu tip uçağın pilotu olmak ve bu tipte minimum 300 saatlik uçuş zamanının olmasıdır. Bu özellikleri taşıyan ve birlik komutanının teklifiyle time kabul edilen uçucular, sıkı ve sürekli bir eğitimi takiben time katılır ve tim içerisinde daha rahat olan bir pozisyonda uçmaya başlarlar. Zaman içerisinde tecrübe kazandıkça daha zor konumda, 800 saatin üzerinde bir uçuş saatine ulaştıklarında ise lider konumunda uçabilme şansına sahip olurlar. Kendilerine

“Siz bu iş için özel mi seçildiniz ?” şeklinde ki sorulara yanıtları ise her zaman şu şekilde olmaktadır. “.. Hayır, Türk Hava Kuvvetlerinde görev yapan her pilot bu görevi rahatlıkla ve büyük bir gururla yapabilir. Bizler sadece bu görev için atanmış şanslı pilotlarız.” Tim için uçucu kaynağı ise, halen Konya 3. Ana Jet Üs Komutanlığı bünyesinde görev yapan 132. ve 133. Filo Komutanlıklarıdır.

2. TÜRK YILDIZLARININ YURTIÇİ ve YURTDIŞI GÖREVLERİNİN PLANLANMASI SORUMLULUĞU ve TANITIMA YÖNELİK ÇALIŞMALAR

Türk Yıldızlarının yıllık gösteri programı Hava Kuvvetleri Komutanlığı tarafından planlanmaktadır.

Yurtiçi planlamaları yapılırken milli bayramlar, (29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı) özel günler, (şehirlerin kurtuluş günleri, Çanakkale şehitleri anma günü, kuruluş yıldönümleri, anneler ve babalar günü, öğretmenler günü vb.) törenler, (harp okulları mezuniyet törenleri, birliklerin yemin törenleri, komuta devir teslim törenleri vb.) özel istekler, (kamu kurumlarının istekleri, üniversitelerin istekleri, yerel idari veya siyasi yönetimlerin istekleri vb.) dikkate alınmaktadır.

Yurtdışı planlamaları yapılırken ise, genellikle uluslar arası alanda hava gösterileri planlayan sivil yada askeri otoritelerin resmi talepleri incelenerek yada, Türk büyüklerinin (cumhurbaşkanı, başbakan, genel kurmay başkanı, kuvvet komutanları) gerçekleştirdikleri yurt dışı gezileri esnasında gezinin amacına göre (2001 yılında Azerbaycan ile İran arasındaki gerginlikte Genel Kurmay Başkanının Azerbaycan'a yaptığı gezide Baku semalarında gerçekleştirilen gösteri.) planlanmaktadır.

Son yıllarda gerek yurtiçi ve gerekse yurtdışından gelen taleplerin bazılarında olumsuz cevaplar verilmektedir. Bunun nedenleri ise, taleplerin çok olması ve gösteri yapılacak zamanın bulunamaması, gösteri sezonunun hava şartlarına bağlı olarak kısa olması, (kapalı havalarda gösteri yapılamıyor olması) bu bağlamda bazı istek zamanlarının kış ayları içerisinde olması, ülkeler arası siyasi ve askeri ilişkiler, bazı isteklerin çakışıyor olması, isteğin önemi ve amacı gibi nedenlerdir.

Yapılacak gösterinin halka bildirilmesi görevi, gösterinin yapılacağı bölgedeki en büyük askeri birlik içerisinde görevlendirilen personelin bölgesel radyo, televizyon, basın kuruluşlarını kullanarak veya ilgili yerlere ilanlar asılmasını sağlayarak yapılmaktadır. Ayrıca bölgedeki askeri birliklerden, yerel yönetimlerden ve diğer kamu kurumlarından temin edilen otobüslerle izleyicilerin ulaşım sorunu çözülmeye çalışılmaktadır. Gösteri bölgesinde kurulan standlar da izleyici kitlesinin yiyecek ve içecek ihtiyacı karşılanırken, gıda firmaları da ürünlerini tanıtmaya imkanı bulmaktadır.

Türk Yıldızları gösterilerini gerçekleştirdikleri esnada, filonun basın halkla ilişkiler ve tanıtım subayı, izleyicilere, hangi hareketin ne zaman, nasıl, hangi istikametten yapılacağı ve zorluğu hakkında bilgi verirken, kullandığı telsiz mikrofon sayesinde, akrotim liderine komut vererek, hareketin başlamasını sağlar ve izleyici kitlesinin dikkatini çekerek uçakların ve hareketlerin takip edilebilirliğini artırır.

Türk Yıldızlarının önemli bir diğer özelliği ise, uçağın gerçek üretim amacının savaşa yönelik olmasına nedeniyle, süpersonik (ses üstü 346 m/sn) hızda uçuş kabiliyetinin olması ve aynı anda 8 uçak ile gösteri yapabilmesidir. Gösteriler esnasında uçakların hızlarının 700-800 km/saat olduğu ve aralarındaki kanat açıklığı mesafesinin 1- 3 metre arasında değiştiği, hareketlerin üç boyutlu ortamda ve zaman zaman 6 G (1 G = insan ağırlığı, 6 G = 6x insan ağırlığı) altında yapıldığı düşünülürse, görevin ne kadar zor olduğu açıkça görülecektir.

Türk Yıldızlarının basın halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmaları ise genel olarak aşağıda belirtildiği usullerle yapılmaktadır.

1. Gösteri yapılan yerlerde, özel olarak satış reyonu haline getirilmiş kamyonunda, filo ve uçağa ait amblemler bulunan şapka, atkı, tişört, çıkartma, ceket, uçak maketi, anahtarlık, kalem gibi malzemelerin hatıra amaçlı satılması.

2. Talep halinde okul, yabancı veya yerli askeri ve resmi kuruluşlara Türk Yıldızlarını tanıtıcı görsel brifing verilmesi.

3. Türk Yıldızlarını tanıtım amacıyla oluşturulmuş CD film.

4. www.turkyildizlari.hvkk.mil.tr Internet sitesi üzerinden.

5. Tanıtım broşürleri.

6. Yurtiçi ve yurtdışında yayınlanan gazete ve dergiler. (EK-Ç)

7. Özellikle yurtdışı gösterilerinde, Türk Silahlı Kuvvetlerini ve Türk Yıldızlarını tanıtıcı Türkçe ve İngilizce yazılmış kitapların dağıtılması. (EK-D)

8. Bilgi almak amacıyla gelen her türlü telefon, mektup ve elektronik iletilere cevap verilerek kaydının tutulması.

Türk Yıldızları'nın kuruluşundan bugüne kadar gerek yurtiçi ve gerekse yurtdışında çeşitli gösteriler yapmıştır. Yaptıkları gösterilerinin tamamını gösteren tablolar EK-E'deki gibidir.

Son 3 yılda yapılan gösterileri adet ve izleyici miktarı açısından incelediğimizde;

2002 yılında gerçekleştirilen toplam 30 gösterinin 7 adeti yurtdışında gerçekleştirilmiş olup, gösterileri izleyen toplam 548 bin izleyicinin 186 bini yurtdışı gösterileri izlemişlerdir. 2003 yılında gerçekleştirilen toplam 26 gösterinin 6 adeti yurtdışında gerçekleştirilmiş olup, gösterileri izleyen toplam 862 bin izleyicinin 528 bini yurtdışı gösterileri izlemişlerdir. 2004 yılı itibariyle ise, toplam 34 gösterinin 4 adedi yurtdışı olup, gösterileri izleyen toplam 223 bin izleyicinin 45 bini yurtdışı gösterileri izlemiştir.

Bu rakamlar içerisinde özellikle dikkati çeken bir konu var ki, yurtdışı gösterilerinde, örneğin, 2003 de Macaristan ve Avusturya'daki gösterilerde, izleyici miktarı ortalama 250 bin olmuştur. Bu rakam Türkiye deki bir gösteri için oldukça fazla bir rakamdır. Nedenlerini ise şöyle sıralayabiliriz.

1. Türk halkının havacılık konusunda yeterli bilgi ve ilgisinin olmaması.
2. Sivil havacılık sektörünün gelişmemiş olması.
3. Gösterinin yapılacağı bölgede ki halkın haberdar edilememesi, ve tanıtımın eksik olması.
4. Ulaşım problemi.

3. TÜRK YILDIZLARININ BASIN GÖZÜYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Türk Yıldızları, daha önce bahsettiğimiz sebeplerden dolayı gerçekleştirdikleri gösteriler öncesi ve sonrası yurtiçi basında gurur ve güven kaynağı olduğu için, yurtdışı basında ise takdir edildikleri için sık sık yer almaktadır.

Konu ile ilgili olarak, özellikle yapılan gösteriler sonrası iç basında, özel ve kamu televizyonlarında övgü ve takdir dolu bir çok haber ve program görmek her zaman mümkün olmaktadır.

Süleyman Demirel de Cumhurbaşkanlığı yaptığı dönemde Türk Yıldızları personeliyle çektiği bir resmi 1998 yılbaşında resmi kutlama kartpostalı olarak kullanmıştır. (EK-F)

Yurtdışında yayınlanan bazı haberlere bakacak olursak;

“....DÜN FAIRFORD'DA; İLK DEFA KATILMALARINA RAĞMEN 400 BİN SEYİRCİNİN BEĞENİSİNİ EN FAZLA KAZANAN ve ONLARI NEFES KESEN PERFORMANSLARI ile EN FAZLA HEYECANLANDIRAN TİM “TÜRK YILDIZLARI” OLDU....

CNN...(21.07.1996) İNGİLTERE

“...ŞİMDİYE KADAR BİZLER AKROTİM DÜNYASINI FRECCCE ‘LER ile RED ARROWS’LARIN PAYLAŞTIĞINI DÜŞÜNÜYORDUK.... ANCAK 1996 YILINDA BU DÜNYA'YA BİR “TURKISH STARS” EKİBİ GİRDİ ve BU DENGELER ALT ÜST OLDU, SANIYORUZ Kİ ŞİMDİ HER TİM TÜRK YILDIZLARINI TAKİP ETMEK ZORUNDA KALACAK....”

AERONOTICA DEFESA DERGİSİ...(17.08.1997) İTALYA

“DÜN AZERBAYCAN HALKI EN BÜYÜK GÜNLERİNDEN BİRİSİNİ YAŞADI. YÜZ BİNLERCE İNSAN AZERBAYCAN IN ÖZGÜRLÜK SEMBOLÜ OLAN AZATLIK MEYDANI ÜZERİNDE UÇAN “TÜRK YILDIZLARI'NIN” GÖSTERİSİ İÇİN TOPLANDI. DÜN, AZERBAYCAN TÜRKLERİNİ, AZATLIK MEYDANINA TOPLAYAN ZORAKİ BİR GÜÇ YOKTU. MİLLETİNE SEVGİ, TÜRKLÜĞE İMAN ONLARI BİR ARAYA GETİRDİ. AZATLIK MEYDANI DA SENELER SONRA İLK DEFA YAPAYLIKTAN UZAK, ADINA YAKIŞIR BİR TÖRENE ŞAHİTLİK ETTİ.”

ÜSAVAT ... (25.08.2001) AZERBAYCAN

“Türk Yıldızlarının kısa geçmişi içinde gerçekleştirdiği yüzden fazla gösteri içinde, diğer görevlerden biraz daha farklı boyutları olan Azerbaycan gösterisinin, doğru zaman ve doğru yerde yapılmış olması açısından ayrı bir yeri ve önemi vardır.

Azerbaycan’ın iç politik sorunlarının olması, İran ile olan Hazar Denizi yer altı kaynaklarının kullanımına yönelik var olan problemlerin artması, Azeri halkının bu gerginlikte güven duyduğu bir dost bayrağı görme arzusu, Türk Genelkurmay Başkanı’nın ziyareti, Türk Silahlı Kuvvetleri personeli tarafından yetiştirilen ilk Azeri subaylarının mezuniyet töreninin olması, Türk-Azeri dayanışmasının bütün dünyaya gösterilmesi açısından, yapılan gösterinin zamanlaması mükemmel olmuştur.

Gösteri yeri olarak, geçmişte ortak çok özelliği bulunan aynı milletin farklı iki devletinin aradan geçen uzun yıllara rağmen tekrar kucaklaşmasının, Azerbaycan da gerginlik sebebi olan Hazar Denizi kıyısında ki başkent Bakü semalarında yapılmasının, izleme bölgesi olarak Azeriler için çok önemli olan Azatlık (özgürlük) Meydanının seçilmesinin, ikinci gösteri için, Türk subayları tarafından yetiştirilen Azeri subayların eğitim aldıkları harp okulu semalarının seçilmiş olmasının kadar doğru bir karar olduğu, 1.5 milyon civarı izleyici kitlesi olduğu düşünüldüğünde çok net olarak görülecektir..

Yapılan gösterinin duygusal boyutu da, elde edilen başarı da yabana atılmaması gereken bir unsurdur. Türk ve Azeri halkının soy birliği, dil birliği, ortak kültürü, hepsinden önemlisi artık iki farklı devlet olarak karşılıklı duyulan sevgi ve güven gösteri sonrası elde edilen en büyük kazançtır....”

Azerbaycan gösterisi, seçiminden planlanmasına, tanıtımından icrasına kadar içinde pek çok örneğin olduğu bir görevdir. Esas unsur olan Türk Yıldızları dışında, Türk Silahlı Kuvvetleri’nin ilgili unsurlarının tanıtımdan görev sonuna kadar planlı ve hedefli çalışmasının dünya çapında nasıl ses getirebileceğinin de en güzel örneğidir. Görevin bu derece başarılı olmasında etkili diğer bazı nedenler ise; Türk basınının konuya ilgisinin yeterince çekilmiş olması, Azerbaycan da görevli Türk personelin görev öncesi hazırlıkları, filo ile koordineli çalışmaları, Azeri basının da yeterli ilginin uyandırılması, ve filo personelinin tecrübelerinin etkin olarak kullanılmasıdır.

Türk Yıldızları için bu görev; erişilen seviyenin, elde edilmiş tecrübelerin ve hepsinden önemlisi sahip olunan gücün başından sonuna kadar, görevin tüm aşamasında hissedildiği onur ve gurur sembolü olmuştur. İstenilen bütün hedeflere ulaşılarak, Türk Yıldızları'nın etkin olarak kullanılmasının barış zamanı kazandırabileceği değerler tekrar görülmüştür. Türk Yıldızları'nın uluslararası askeri ve siyasi arenada, Türk Silahlı Kuvvetleri ve dolayısıyla Türkiye Cumhuriyeti'nin tanıtımına yönelik ne denli başarılı olduğunu göstergesi, gösteri sonrası Azeri halkının tepkileri, gurur verici tebrikler, Azerbaycan Devlet Başkanı Haydar Aliyev'in tebrikleri ve açıklamaları ile gösterinin canlı şahidi 1.5 milyon izleyicinin coşkusudur.

Sanırım bu ve bunun gibi örnekler, 01.06 2001 tarihinde Türk Hava Kuvvetleri'nin 90 ncı kuruluş yıldönümü nedeniyle, Kartal Vakfı tarafından İzmir de gerçekleştirilen ve Türkiye için bir ilk olan uluslararası hava gösterileri hakkında yorum yaparken, Türk Yıldızlarının gereksiz ve boşa yapılan masraftan başka bir şey olmadığını savunan bir tıp doktoru ile aynı görüşe sahip olanlara anlatılması gereken en güzel örneklerdir.

Yurtdışında yapılan gösterilerin ne denli etkili olduğunu, 2002 yılında Ürdün de yapılan gösteri sonunda, Ürdün Kraliyet Hava Kuvvetleri Komutanı general Feisal Bin Al-Husein'in ve 2003 yılında Avusturya da yapılan gösteri sonunda Avusturya Hava Kuvvetleri Komutanı general Wolf Erich'in filo komutanına gönderdiği tebrik ve teşekkür mektuplarından anlayabiliriz.

Gelen kutlama mesajlarında bazı örnekler aşağıdaki gibidir. (Asıllar EK-G)

“15-17 Ekim tarihindeki SOFEX 2002 gösterisine katılan Türk Yıldızları'nın başarılı gösterisi için size ve timinize teşekkürlerimi bildirmekten memnuniyet duyuyorum. Uçaklarınızın varlığı ve yardımseverliğiniz gösterinin başarısına önemli bir katkı sağladı. Gösterinizdeki profesyonelce davranış sizin ve Türk Hava Kuvvetleri'nin övünç kaynağı olmasına liderlik etti.

Size ve Komutanlarınıza bu gösteriye katılımı sağladığınız için bir kez daha teşekkür eder, sizi Ürdün de en kısa sürede tekrar görmeyi umut ederim.”

Ürdün Kraliyet Hava Kuvvetleri Komutanı

“AIRPOWER03 hava gösterisi hem milli hem de uluslar arası seviyede büyük takdirle karşılandı. 250.000 kadar ziyaretçi bu eşsiz gösteriyi izlemek için geldi. Bu başarının kaynağı kusursuz bir ustalıktı. Sizin akrotiminiz Türk Yıldızlarının katılımı gösteriye özel bir detay ve cazibe kattı.

Size ve pilotlarınıza bu gösteriye katılımızdan dolayı içtenlikle teşekkür ediyor ve gelecek seferki AIRPOWER da sizi burada Avusturya da ağırlamayı ümit ediyorum.Mutlu nice inişler.”

Avusturya Hava Kuvvetleri Komutanı



BEŞİNCİ BÖLÜM

TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİNİN TV PROGRAMLARI YOLUYLA TANITIM ÇALIŞMALARI

1. TANITIM PROGRAMLARININ HAZIRLANMASI

Halk'a ulaşmada en iyi iletişim aracı olarak kullanılan televizyon, elbetteki Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, gerek yurtiçi, gerekse yurtdışında tanıtılması açısından kullanılabilecek en iyi araçlardan bir tanesidir.

Cumhuriyetin kuruluşundan beri halk tarafından kutsal ve en güvenilir kaynak olarak kabul edilen silahlı kuvvetler, bu millet ve devletin bölünmez bütünlüğünün korunmasında en sağlam kale olarak görülmektedir. Bu ülke topraklarında gözü olanlar, ülkeyi ve milleti bölebilmek için, uzun vadeli planlarla çeşitli sebepleri bahane göstererek çok uğraşmış ama şimdiye kadar başarılı olamamışlardır. Genellikle sivil otoritelerin ülke yönetimindeki başarılarının zayıf olduğu veya zayıflatıldığı zamanlarda uygulanmaya konulan bu girişimler, zaten kendisi olan halkında desteğini alan silahlı kuvvetleri sayesinde başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Bu durumun farkına varan dış güçler, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halk üzerindeki güvenilirliği ve sevgisini kaldırarak veya azaltarak emellerine ulaşabilmek için, özel televizyon ve basın unsurlarını kullanmaya, yeri geldiğinde açık, zaman zamanda üstü kapalı ve gerekirse, yalan haber ve beyanatlarda bulunmaya başlamışlardır. Televizyon şirketlerinde çalışan kişilerden bazıları bilerek ve isteyerek, bazıları da çoğu kez farkına varmadan bu çabalara alet olmaktadır.

Böyle bir durumda Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, kendisi hakkında çıkan amaçlı, yanlış ve yalan haberleri çürütebilmek ve doğruları göstererek halkı bilgilendirip bilinçlendirmek amacıyla kullanabileceği en uygun iletişim aracı televizyondur. Yayın alanın çok fazla olması nedeniyle ulaşılacak hedef kitle televizyon sayesinde çok fazla olacaktır.

Diğer taraftan da, Türk Silahlı Kuvvetleri, kurumun işlerliği, gücü ve bu gücün korunabilmesi için ne gibi uygulamaların yapıldığı, eğitim düzeyi, kurum içi ve kurum dışı sosyal aktiviteleri, bütçeden ayrılan ödeneğin nasıl kullanıldığı gibi konularda,

hazırlanacak tanıtıcı programlar ve haberlerin televizyon kanallarında yayınlanmasıyla kendisini anlatmalıdır.

Türk Silahlı Kuvvetleri, basın, halkla ilişkiler ve tanıtım amacıyla, bünyesi içerisinde bu adla oluşturduğu şubeyi Basın Yayın, Halkla İlişkiler Şubesi ve Tanıtım Şubesi olarak ikiye bölmüş ve televizyonlarla ilgili uygulamaları Tanıtım Şubeye vermiştir.

Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtıma yönelik program hazırlama yetkisi, 1992 yılında, Türk Silahlı Kuvvetleri ve TRT arasında imzalanan bir protokol gereği sadece TRT ye verilmiştir. Önceleri iki ayda bir 25 dakikalık programlar hazırlanıp yayınlanırken, sonraları, bu periyot dikkate alınmaksızın, programlar hazırlandıkça "Silahlı Kuvvetler Saati" adı altında yayınlanmaya başlamıştır. 2004 yılı sonuna kadar bu isim altında yayınlanan program, liselerde yapılan bir anketten çıkan sonuca göre 2005 yılı itibariyle "Barışta ve Savaşta Türk Ordusu" adı altında her hafta Pazar günü saat 15. 30 de TRT 1 kanalından yayınlanmaya başlamıştır. Özel kanallarla böyle bir protokol yapılmadığı için, bu kanallar bir talepte bulunmadığı sürece program yapılmamaktadır. Bunun nedenlerine daha sonra değinilecektir.

Hazırlanacak programların konusu genelde; Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bünyesi içerisinde ki birliklerin konuş kuruluşları, görevleri, aldıkları eğitim, silahları, silahların özellikleri ve kullanım usulleri, başarıları vb. gibi konularla, milli ve uluslararası tatbikatlar ve alınan başarılar, kuruma subay ve astsubay yetiştiren okullar, törenler, sosyal etkinlikleri, (köy destek uygulamaları, eğitime destek uygulamaları, sağlık taramaları, arama kurtarma faaliyetleri, ağaçlandırma faaliyetleri vb.) tanıtacak şekilde belirlenmektedir. Örneğin köy destek uygulamaları kapsamında 1996-2000 yılları arasında yapılan uygulamalar da gerçekleştirilenler aşağıda ki gibidir ve halen bu uygulamalara devam edilmektedir.

- 836.837 vatandaşımıza yiyecek ve giyecek yardımı yapılmıştır.

- 11.571 okula araç-gereç ve kırtasiye yardımı yapılmış, çeşitli nedenlerle kapalı olan okulların bakım onarımları yapılarak hizmete açılmıştır. Öğretmeni olmayan veya eksik öğretmeni olan okullara, silah altında bulunan yedek subay, erbaş ve erlerle takviye yapılmıştır.

- Çeşitli ilçe ve köylerde bulunan sağlık ocaklarının bakım ve onarımı yapılarak, daha iyi imkanlara kavuşturulmuş, hizmette olmayanlar yeniden faaliyete geçirilmiştir.

- 15.834 km köy yolunun, 342 köyün elektrik ve su şebekesinin bakım ve onarımı yapılmıştır.

- 2.053.492 kişiye sağlık taraması yapılmış, 200.241 vatandaşımıza ilaç yardımında bulunulmuştur.

- 1.600.638 çocuğa çeşitli türlerde aşı yapılmıştır.

- 7.442.060 küçükbaş ve büyükbaş hayvan kontrol edilmiş, tarım ve köy işleri bakanlığından sağlanan yardımcı dokümanlar (video kaset, kitap) ile vatandaşlarımız hayvancılık konularında eğitilmişlerdir.

- 9.208 çocuğumuz “ **Kirvem Mehmetçik Olsun** ” kampanyası kapsamında sünnet ettirilerek, kendilerine ve ailelerine çeşitli hediyeler dağıtılmıştır.

- 1.765 çiftin “ **Şahidim Mehmetçik Olsun** ” kampanyası kapsamında nikah işlemleri, nişan ve düğün törenleri yapılmıştır.

- Çeşitli vilayetlerden 938 öğrenciye “ **Mehmetçik-Gençlik Üniversiteye Elele** ” kampanyası kapsamında üniversiteye hazırlık kursları düzenlenmiş ve bu öğrencilerden 543’ü başarılı olmuştur.

- Ağaçlandırma çalışmaları kapsamında 500.000’den fazla ağaç dikilmiştir.

- Gençlere yönelik İngilizce ve Arapça yabancı dil kursları düzenlenmiştir.

- “ **Spor kardeşliktir** ”sloganıyla çeşitli spor ve tiyatro organizasyonları gerçekleştirilmiştir.

- Terörle mücadele konulu açılan fotoğraf sergilerini 366.000 kişi gezmiştir.

- “ **Ordu – Millet Elele** ” kampanyası ile toplanan ve maddi değeri 1.5 trilyondan fazla olan malzeme ihtiyacı olan okullara dağıtılmıştır.

- Kamu kuruluşları ile ortaklaşa olarak giyim, trikotaj, kalorifer yakma, biçki-dikiş, makine nakışı, halı dokuma, bilgisayar, okuma-yazma, sürücü, bağlama, elektrik, jeneratör, kilim, daktilo, halk müziği, kuaförlük, vitray-batik, örgü, ağaç işleri konularında beceri kursları açılmıştır.

- Köy ve mezralara yapılan ziyaretlerde, vatandaşlar ile sohbet toplantıları düzenlenmekte, onların sorunları dinlenmekte ve bu sorunları giderici tedbirler alınmaktadır.

Uygulamalarla ilgili gazete haberleri EK-Ğ'dedir.

Programın konusu, Genelkurmay Başkanlığı'nın ilgili kademelerinden, zamanın gereklerine göre verilen görevlendirme sonucu Tanıtım Şube tarafından tespit edildikten sonra, TRT'de haber dairede bu konu ile görevlendirilmiş personel ile temasa girilir ve çalışmalara başlanır. Hazırlanacak program ile ilgili olarak çekim yapılacaksa, ilgili birlik birkaç hafta önceden uyarılarak çekimin içeriği hakkında hazırlıklı olması sağlanır. Çekimler tamamen TRT'nin personeli ve ekipmanıyla, birlik içerisinde görevli, çekim yapan TRT ekibine her türlü yardımda bulunacak bir askeri personelin danışmanlığı eşliğinde yapılır. Çekim yapılan yer, mekan, tesis, mühimmat ve buna benzer konulardan yayınlanmasında veya çekim yapılmasında sakınca olanlar, istihbarata karşı koyma tedbirleri ve birlik komutanı direktifleri doğrultusunda belirlenir.

Yapılan çekimler sonunda elde edilen görüntülerle programın kurgusunun oluşturulması işi TRT'nin Ankara'daki ana stüdyolarında gerçekleştirilir. Programın kurgusu, TRT'nin uzman personeli tarafından kamu kuruluşu olmanın verdiği sorumluluk ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin toplumdaki yeri dikkate alınacak şekilde hazırlanır. Program kaseti hazırlandıktan sonra, kaset Genelkurmay Başkanlığı Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanlığına gönderilerek, verilmek istenen tanıtımın uygun olduğu, istihbaratı açıdan Türk Silahlı Kuvvetleri'nin güvenliğini tehdit edebilecek ve onurunu küçük düşürebilecek görüntülerin olmadığı tespit edilir. Problem olabilecek kısımlar varsa düzeltilmesi için girişimde bulunulur. Sorun yoksa, kaset yayınlanmak üzere TRT'ye geri gönderilir.

Özel kanallarda bu tür programların yapılmamasının sebebi ise tamamen parasal nedenlere dayanmaktadır. Ticari amaçlı olan özel kanallar bu tür programları izlenirlik oranının düşük olması nedeniyle yayınlamamaktadır. Tanıtıma yönelik bazı programlar zaman zaman özel yapımcıların girişimleriyle hazırlanıyor olsa da, izlenirlik oranını arttırmak için içerik genellikle magazinsel olmakta ve zaman zaman yeterli danışmanlık hizmeti alınmadığından Türk Silahlı Kuvvetleri hakkında yanlış imaj oluşturabilmektedir. 2002 yılında Turgay Bahçıvan'ın hazırlayıp sunduğu ve Hava Kuvvetleri birliklerinin tanıtımının yapıldığı “ Yıldızlar ” programı, özel kanallarda tanıtım amaçlı programlara güzel bir örnek teşkil etmektedir.

2. PROGRAMLARIN YAYINLANMA MODELİ

Programın hazırlanması ve yayınlanmasında kullanılan model kar amacı güdülmeyen için “ kamuyu bilgilendirme ” modelidir. Bu modelde amaç, halkın doğru bilgilendirilerek aydınlatılması ve var olan destek ve güvenin daha da artırılmasıdır. Basın ajansı modeli uygulanmamaktadır çünkü her ne şekilde olursa olsun kandırmak pahasına ikna edilmesi gereken bir halk yoktur. Bu tür bir uygulama sadece savaş zamanı olabilir. Halk ile Türk Silahlı Kuvvetleri arasında gözetilmesi gereken bir çıkar ilişkisi olmadığı için ise iki yönlü simetrik modelin, tamamen kendisine özgü kuruluş yapısına sahip olduğu ve halktan gelecek tepkilere göre de yapısını genel olarak değiştiremeyecek olmasından dolayı iki yönlü asimetrik modelin uygulanabilirliği pek mümkün değildir.

3. PROGRAMLARIN İÇERİĞİ ve İZLENİRLİĞİ

Yapılan araştırmalar ve Silahlı Kuvvetler Saati programının hazırlanmasında görevli gerek askeri gerekse TRT personeli ile yapılan görüşmeler sonucunda, 1992 yılından beri hazırlanan Silahlı Kuvvetler Saati programı çoğu zaman tek düze, ilgi çekmekten uzak, sadece asker aileleri ile yabancı misyonerlerin (?) izlediği bir program olmaktan öteye gidememiştir. Elbette ki tek düze görüntüler ve arka planda görüntüsüz bir sunuş ilgiyi büyük ölçüde azaltacaktır. Özel televizyon kanallarının çoğalması ve zaman zaman sorumsuzca da olsa halkın ilgisini çekici yönde ki programları arttırdıklarından dolayı TRT'nin izlenirlik oranı özellikle büyük şehirlerde önemli oranda azalmıştır. Program yayın saatlerinin zaman zaman değişiyor olması, yayın saatlerinin bazen çok geç olması, aynı saatte diğer kanallarda daha ilgi çekici programların olması, askeri kurallar

çerçevesinde ve magazinsel olmaktan uzak hazırlanıyor olması, (konunun olumlu veya olumsuz tarafları tartışılabilir) yayınlanacak programın içeriğinin küçük fragmanlarla daha önceden yayınlanmıyor olması gibi konularda, izlenirliği azaltan sebepler olarak gösterilebilir.

2004 yılı itibariyle yayınlanan bazı programların içerik ve bütün kanallar içinde izlenirliği en fazla olan 100 program içerisindeki sıralaması aşağıdaki gibidir.

24.01.2004 Kuleli Askeri Lisesi'nin tanıtımı sıra: 94

07.02.2004 Deniz Lisesi'nin tanıtımı sıra: 78

20.03.2004 Sonuçta Hepsi İnsandı (Çanakkale) sıra: 98

01.04.2004 Erbaş ve Erlere Verilen Sağlık Hizmeti sıra: 95

08.04.2004 Kanun Ordusu (Jandarma Eğitim Bölüğü) sıra: 74

15.04.2004 Kanun Ordusu (Çevre Koruma Timi) sıra: 69

22.04.2004 TSK'de Spor Eğitimi (Komando Tugayı) sıra: 87

03.07.2004 Kanun Ordusu (Kritik Nok. Korunması) sıra: 49

24.07.2004 Barışın Bekçileri (Kıbrıs Barış Güçleri) sıra: 84

07.08.2004 Kanun Ordusu (Hudut Karakolu Tanıtım) sıra: 88

14.08.2004 Kanun Ordusu (Tank Tamir Fabrikası) sıra: 82

21.08.2004 Kanun Ordusu (Türk Yapımı Top) sıra: 63

04.09.2004 Büyük Zaferin 82. Yıldönümü sıra: 99

10.10.2004 Meslek Edindirme Kursları sıra: 86

21.11.2004 Eğirdir Dağ Komando Okulu sıra: 78

12.12.2004 Doğal Afet Arama Kurtarma Taburu sıra: 94

12.12.2004 tarihinde yayınlanan “ **Doğal Afet Arama Kurtarma** ” adlı tanıtıma yönelik yayın, bu yıl, 26 ülkeden 62 filmin katılımıyla İtalya'nın başkenti Roma'da 15'ncisi düzenlenen Uluslar arası Askeri Film festivalinde, sosyal işlev kategorisinde birinci seçilmesine rağmen, izlenirlik sırası 94 olmuştur.

Yayınlanacak programların hazırlanmaları esnasında eğitim düzeyi, sosyal ve kültürel çevre, yaş vb. konularla ilgili olarak hedef kitle belirlenmediği için de izlenirlik oranı azalmaktadır. Örneğin; Harp Okullarını tanıtıcı bir programın hedef kitlesi 15-18 yaş arası olmalı ve program bu dikkate alınarak hazırlanmalıdır.

Daha öncede bahsettiğimiz gibi 2005 yılından itibaren “ **Barışta ve Savaşta Türk Ordusu** ” adı altında yayınlanacak olan tanıtıma yönelik hazırlanacak programlar TRT'nin Eğitim dairesi personeli tarafından hazırlanacaktır. İlgiyi arttırmak maksadıyla, programın içeriği değiştirilerek dört bölümden oluşacaktır. Birinci bölümde, askeri birlik tanıtılacak ve bunun sunumu bayan bir sunucuya yaptırılarak, halkın anlayabileceği bir tarzda askeri bakış açısı dışı bir gözle olacaktır. İkinci bölümde, konuyla ilgili olarak ünlülerle kısa bir sohbet yapılacaktır. Üçüncü bölümde, küçük hediyelerin verildiği kısa yarışmalar düzenlenecektir. Dördüncü ve son bölümde ise tören ve sosyal etkinliklere yer verilecektir. Hedef kitle ise genç nüfus olacaktır. Bu tür bir program içeriğinin başarılı olup olmayacağını ise zaman gösterecektir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

1. SONUÇ

Kendimizle, bir başkasıyla yada başkalarıyla sürekli iletişim içinde olmanın dışında dinleyici, okuyucu yada izleyici olarak da iletişim ağının, medya araçlarının karşısındayız. Kitleleri etkileyip yönlendirmedeki önemi görülen medya; yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak ortaya çıkmaktadır. Gelişmiş toplumlarda, artık halkın inanmadığı, desteklemediği olayları gerçekleştirmek kolay değildir. Kanunlar sayesinde bazı faaliyetleri gerçekleştirmek mümkünse de, halkın desteği sağlanamadığı sürece uzun vadede yeni tepkiler ve sorunlarla karşılaşılacağı bir gerçektir. Bu bakımdan, halkın görüş ve inançları dikkate alınarak bir şeyler yapabilmek, ancak hedef kitlenin görüş ve inançlarını etkilemekle mümkün olur. Bu ise medyanın verimli bir şekilde kullanılmasıyla olur. Günümüzde gittikçe artan önemi ve etkisi nedeni ile en çok kullanılan televizyon, kitle iletişim araçlarından en önemlisidir. Evrenseldir ve etkili bir kitle iletişim aracı olarak dünyanın her yerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Televizyon fikirlerin iletilmesinde işitme ve görme duyusundan yararlandığı için çok etkili bir psikolojik hareket ve iletişim silahıdır. İşte bu bilinçle Türk Silahlı Kuvvetleri de, tanıtımına yönelik faaliyetler içerisinde televizyon programlarına verdiği önemi her geçen gün arttırmaktadır.

Günümüzde bu etki, şüphesiz ki ancak etkin bir medya desteği alınarak yapılacak etkili bir halkla ilişkiler ve tanıtım çabası ile sağlanabilir. Ancak, şu da unutulmamalıdır ki, gerek barış zamanı ve gerekse ve özellikle askeri hareketler öncesi ve sırasında medyaya halkla ilişkiler ve tanıtım amaçlı dikkatsizce sunulabilecek bilgiler, Türk Silahlı Kuvvetleri açısından gerçek ve ciddi problemler doğurabilir. Asker sayısı, karargahların yerleri, silah durumu gibi askeri birlikler için önemli olan bilgilerin medya aracılığı ile yayınlanması, olası düşmanlara büyük fırsatlar verebilmektedir. Ama dikkate alınması gereken diğer bir konu ise, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin halkla ilişkilerde uygulanan aşırı derecedeki güvenlik ve istihbarata karşı koyma tedbirleri, uygulamadaki merkezîyetçi tutum, basın ve yayın yoluyla yeterli açıklamaların yapılmaması gibi halkla ilişkileri tehdit edici faktörler Türk Silahlı Kuvvetleri ile halk arasındaki mesafeyi büyütmesine neden olabilmektedir.

Yapılan kamuoyu araştırmalarında halkın en güvendiği kurum olarak Türk Silahlı Kuvvetleri grlmektedir. Türk halkının, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne olan güvenini ve desteğini sürdürmek için, planlı ve düzenli olarak halkın bilgi ihtiyaçlarının zamanında ve doğru olarak karşılanması gerekmektedir. Silahlı kuvvetlerin gerçek sahibi millet olduğuna göre, millet ordusuyla neler yapabileceğini açık olarak bilmeli ve ona güvenmelidir. Milli davalarda isabetli kararlar almak bunu bağlıdır. Halkın desteğini kazanmamış bir ordu başarısız kalmak zorundadır. Bu bakımdan, halkın ordu hakkındaki düşünce ve duygularını iyi bilmek, onları değerlendirmek böylece halkın güven ve desteğini sağlamak gerekmektedir.

Dünyada, başarılı akrobasi filolarına sahip olan ülkeler, hava kuvvetleri ve dolayısıyla silahlı kuvvetleri olarak güçlü kabul edilirler. Ses st (Süpersonik) hızda uçabilen ve aynı anda 8 uçak ile gösteri yapabilen tek gösteri timi olan Türk Yıldızları, yurtiçi ve özellikle yurtdışında Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımında çok önemli rol oynamaktadır. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni tanıtım amacıyla yapılan birçok çalışmanın içerisinde Türk Yıldızlarının gösterileri ve özellikle yurtdışında yapılanlar, Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, dünya barışının sağlanmasında büyük bir g olduğunun en iyi kanıtıdır.

2. ÖNERİLER

1. Türk Silahlı Kuvvetler içerisinde ki mevcut basın,yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım teşkilatı yetersizdir. Aynı zamanda, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin basın,yayın, halkla ilişkiler ve tanıtım çabalarıyla ilgili mevcut yasa ve yönergelerinde günümüzün koşullarına cevap verecek Şekilde gözden geçirilmeleri gerekmektedir. TRT hariç hiçbir medya kuruluşu ile Genelkurmay Başkanlığı arasında protokol bulunmamaktadır. Diğer büyük televizyon kanallarıyla da protokol yapılarak gerek barış ve gerekse bir hareket veya gerginlik durumunda, Genelkurmay Başkanlığı'nın hareket kontrolüne girmeleri sağlanmalıdır. Bu durumdan farklı olarak basın mensupları da, hareketin gerektirdiği istihbaratı açıdan sakıncalı olabilecek durumlarda geçici sansür uygulamalarını anlayışla karşılamalıdır. Bilerek yayımlanan zararlı haberler, medyanın diğer unsurları tarafından oto kontrolü ile önlenmeli, etkisi azaltılmalı, kınanmalı veya yargıya intikal ettirilmelidir.

2. Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım teşkilatı, bu konularda eğitim almış gerek asker gerekse sivil personel kadrosunun arttırılmasıyla, yoğun askeri faaliyetlerin meydana geldiği garnizonları da içine alacak şekilde, gerekli yetki verilerek genişletilmelidir. Askeri faaliyetlerde görev alacak basın mensupları, uluslar arası ilişkiler ve strateji dahil ilgili askeri konularda yeterince eğitilmeli, harp oyunu, arazi faaliyetleri, manevralar ve tatbikatlarda bulunmaları sağlanmalıdır.

3. Türk Yıldızlarının yurtiçi gösterileri hakkında bölge halkı, önceden bölgesel radyo, televizyon, afiş, duyuru, ilanlar kullanılarak gösteri hakkında bilgilendirilmeli ve ulaşım kolaylığı sağlanmalıdır. Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yurtdışı tanıtımında en büyük rolü oynayan Türk Yıldızları'nın yıllık ortalama 5 olan gösteri miktarı mümkün olduğunca arttırılmalı, bu gösteriler de Türk Silahlı Kuvvetleri'ni ve Türkiye Cumhuriyeti'ni tanıtım amaçlı dağıtılan kitap ve broşürlerin içerikleri genişletilerek dağıtım miktarları arttırılmalıdır.

4. Milleti ve vatani için barış ve güvenliği sağlayan Türk Silahlı Kuvvetleri, kendini kamuoyuna tanıtmak, tahsis edilen milli kaynakların uygun ve ekonomik kullanıldığını kamuoyuna duyurmak, ulaştığı eğitim seviyesi ve gücünü iç ve dış tehdiye karşı caydırıcı bir güç olarak göstermek, iç ve dış kamuoyunda imaj oluşturmak amacıyla basın ve halkla ilişkiler görevini, diğer kamu ve özel kuruluşlardan çok daha etkin ve verimli bir şekilde yürütmek zorundadır. Kendisine karşı bilerek veya bilmeyerek yapılacak her türlü karalama kampanyalarına karşı gerçekleri anlatabilmek için sadece televizyon kanallarını kullanmak yerine, “ Hababam Sınıfı Askerde ” örneğinde olduğu gibi sinema filmlerine de her türlü destek verilmeli ve hatta bu konuyla ilgili olarak Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımı yönünde uygun olan projelerle ilgili olarak film yapımcıları teşvik edilmelidir. Türk Silahlı Kuvvetleri'ni, tanıtım amacıyla yapılacak filmler için gerekirse yapımcı, senarist, yönetmen, kameraman vb gibi unsurları TRT'nin imkanları da kullanılacak şekilde kendi bünyesinde teşkilatlaması da uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

1. 134. Akrotim Filo Komutanlığı personeli ile yapılan yüz yüze görüşmeler.
2. **Basın Sözlüğü**, Öz Ofset Yayınevi, İstanbul, 1998
3. E. MUTLU, **Televizyonu Anlamak**, Ankara, 1991
4. E.HELMAN, - N.CHOMSKY, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?**, Minerva Yayıncılık, İstanbul, 1998
5. E.TURAM, **2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de TV**, İstanbul 1996
6. **Federal Almanya'nın Güvenliği ve Silahlı Kuvvetlerinin Durumu ile İlgili Beyaz Kitap**, Harp Akademileri Yayınları, İstanbul, 1971
7. G.YÜCEDOĞAN, **Türkiye ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu**, Öz Ofset, İstanbul, 1998
8. Genel Kurmay Başkanlığı ve diğer Kuvvet Komutanlıkları Basın Yayın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım dairelerinde görevli personel ile yapılan yüz yüze görüşmeler.
9. İ. ASLAN, **İnternet El Kitabı**, İstanbul, 1999
10. İ.POLATCAN, **TSK İç Hizmet Kanunu ve Yönetmeliği**, İstanbul 2000
11. İlgili gazete haberleri ve kutlama mesajları.
12. **Jandarmanın Halkla İlişkileri**, Jandarma Genel Komutanlığı basımevi,1999
13. K. İÇEL, **Kitle Haberleşme Hukuku**, İstanbul, 1995
14. Kamu Kurum ve Kuruluşları(Dışişleri Bakanlığı, TSK, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü vb. gibi) ile basın yayın organlarının İnternet Web sayfalarında yer alan bilgiler.
15. M.Nuri İNUĞUR, **Basın ve Yayın Tarihi**, DER yayınları, İstanbul, 1993
16. N. BİLGİN, “ Medya ve Etik ”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:11, İstanbul, 1996

17. N.KOÇ, "*Orduda Halkla ilişkiler*", **Silahlı Kuvvetler Dergisi**, Gen.Kur. Basımevi, Eylül 1988)
18. O. GÖKÇE, **İletişim Bilimine Giriş**, Ankara, 1993
19. R. DURAN, **Apoletli Medya**, İstanbul,1996
20. R. TAYFUN, **Halkla İlişkiler Açısından Polisin Çağdaş Görünümü**, İstanbul, 1994,
21. S. GEZGİN, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:7, İstanbul, 1998
22. S.GÜNEŞ, **Medya ve Kültür**, Vadi Yayıncılık, 1996
23. Ş.DARBUDAK, **Türkiye’de Basın İşletmeleri**, İnternet, 2000
24. T.S.K. bünyesi içerisinde yer alan birimlerin yayınladıkları dergiler.
25. T.S.K. bünyesi içerisinde yer alan İnternet web sayfalarında yer alan bilgiler
26. TRT de, silahlı kuvvetlerini tanıtım amaçlı programlar hazırlamakla görevli personel ile yapılan yüz yüze görüşmeler.
27. **Türk Kültürü Dergisi**, Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Sayı:46, Ankara,1985
28. Ü. OKSAY, **Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, No:5, Ankara, 1978
29. Ü. OSKAY, **Toplumsal Gelişme Radyo ve Televizyon**, Ankara, 1978
30. Z. SABUNCUOĞLU, **Çalışma Psikolojisi**, Bursa, 1984



EKLER

**TÜRK KADIN PİLOTLAR
HAKKINDAKİ GAZETE HABERLERİ
EK-A**

Türk kadın pilotlar Alman TV'sinde

Alman devlet televizyonu, Türkiye'deki kadın savaş pilotlarını haber yaptı. Haberde, 'Anadolu Top Gun'ları olarak nitelendirilen kadın savaş pilotlarından Yüzbaşı Hürriyet Momanoğlu'na geniş yer ayrıldı



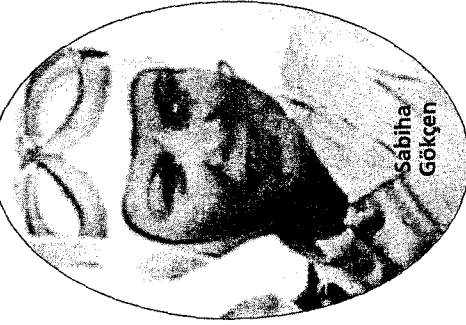
Alman televizyoncuların sorularını yanıtlayan savaş pilotu Yüzbaşı Hürriyet Momanoğlu (üstte), kadın olmasının hiçbir zorluğunu görmediğini, kendisine verilen talimatları erkek meslektaşlarıyla yerine getirdiğini söyledi.



■ Türk Hava Kuvvetleri Komutanlığı'ndan alınan özel izinle Konya'daki 3. Ana Jet Üs Komutanlığı'nda Alman 2. devlet televizyonu olan ZDF, Türk kadın pilotlarıyla ilgili çekim yaptı. ZDF, bu çekimleri haber programı 'Auslands Journal'de yayınladı. Programda, Türkiye'de Atatürk'ün havacılığa büyük önem verdiği ve Sabiha Gökçen'in ilk kadın pilot olduğu hatırlatıldı.

■ Programda, Konya'da islami eğilimlerin yaygın olduğu ileri sürüldü. Ve bu kentteki 3. Ana Jet Üs Komutanlığı'nda görevli Pilot Yüzbaşı Hürriyet Momanoğlu'nun yanı sıra çok sayıda kadın savaş pilotunun görev yaptığı vurgulandı. Alman televizyonu Momanoğlu'nun F 5 savaş uçağıyla yaptığı uçuşları da yayınladı. Programda Atatürk ve Sabiha Gökçen görüntüleri de ekrana getirildi. ■ İhsan DÖRTKARDEŞ/DHA

Anadolulu Top Gun'ı



Sabiha Gökçen

Hava Kuvvetlerimizin kadın pilotları, Alman Devlet Televizyonu ZDF'ye konu oldu. Konya'daki üsde çekim yapan ZDF, Türk kadın pilotları, "Anadolulu Top Gun"ları olarak niteledi. Programda dünyanın ilk kadın pilotu Sabiha Gökçen'i Atatürk'ün teşvik ettiği vurgulandı.

ALMAN devlet televizyonu ZDF, Türkiye'de kadın savaş pilotu sayısının her geçen yıl arttığını vurguladı. ZDF, Türkiye'nin ilk kadın pilotu Sabiha Gökçen'in izinden giden Türk kadın pilotları 'Anadolulu Top Gunları' olarak niteledi.

ZDF'de yayınlanan haber programı 'Auslands Journal'da Türk Hava Kuvvetleri'ndeki kadın pilotlar ele alınırken, Konya'nın Hadim İlçesi Gökbel Mevkii'nde bulunan 3'üncü Ana Jet Üs Komutanlığı'nda görevli Pilot Yüzbaşı Hürriyet Momanoglu'na geniş yer ayrıldı. Konya'da İslami eğilimlerin oldukça yaygın olmasına rağmen bu kenfte Yüzbaşı

ları erkek meslektaşları ile birlikte yerine getirildiğini söyledi. Türk Hava Kuvvetleri Komutanlığı'ndan alınan özel izinle Konya'daki üs de Alman televizyonculara açılırken, karadan ve uçuş sırasında çekilen görüntüler yayınlandı. Atatürk ve Sabiha Gökçen görüntülerinin de ekrana

getirdiği programda Pilot Yüzbaşı Hürriyet Momanoglu'nun sürekli olarak gerçek uçuşlarının yanı sıra simülatörler aracılığı ile sanal ortamda eğitim uçuşu yaptığı, sürekli eğitim toplantılara katıldığı, birçok İslam ülkesinin aksine erkek meslektaşları ile ayrılmamak masasını paylaştığı kaydedildi.

■ İhsan DÖRTKARDEŞ, DHA

Türk kadının pilotları Alman devlet televizyonda

Momanoglu'nun yanı sıra birden çok kadın savaş pilotlarının görev yaptığı vurgulandı.

Irak'a yaklaşık bin kilometre uzaklıktaki, aynı zamanda dolaylı olarak NATO gücü konumundaki Konya'daki üste görevli F-5 savaş uçaklarını kullanan Pilot Yüzbaşı Hürriyet Momanoglu, kadın olmasının hiçbir zorluğunu görmediğini, kendisine verilen talimat



Yüzbaşı Hürriyet

ZDF'nin programında Pilot Yüzbaşı Hürriyet Momanoglu'na geniş yer ayrıldı ve "Anadolulu Top Gun"ı denildi. Başrolünü ünlü aktör Tom Cruise'un oynadığı, "Top Gun" filminde Amerikan pilotları anlatılıyordu.

**TÜRK YILDIZLARI VE 30 AĞUSTOS
ZAFER BAYRAMI KUTLAMALARI
İLE İLGİLİ TANITIM BROŞÜRLERİ
EK-B**



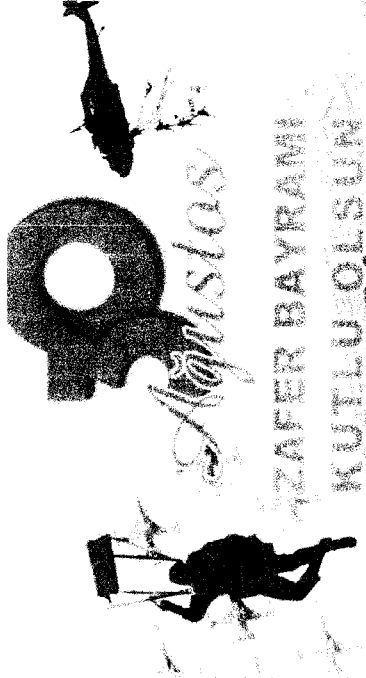
HER ZAMAN



YANINIZDA



HALKIMIZIN
GÜVENLİĞİ HER ŞEYİN
ÜZERİNDE





26 Ağustos 2004 Perşembe

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-17.00

27 Ağustos 2004 Cuma

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-17.00

28 Ağustos 2004 Cumartesi

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-17.00

Zafer Coşkusu Yürüyüşü

Kara Harp Okulu

17.00

Bando Konseri

Hankalar Diyarı/Sircan

20.00

J.Gn.K.İği, Bando ve Güzel Sanatlar Gn.Md.İği

29 Ağustos 2004 Pazar

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-17.00

Bando Konseri
Armoni Müzik K.İği

Kuşçulu Park

19.00

Bando Konseri
Dz.K.K.İği, Bando

Çayyolu/Mesa

19.00

Bando Konseri
Hv.K.K.İği, Bando

Migros önü/Akköprü

19.00

Bando Konseri
Zirhl Birlikler Okul K.İği, Bando

Vecat DALOKAY Parkı

19.00

Bando Konseri
Mehteran Bölüğü

Atatürk Parkı

19.00

Bando Konseri
Kolorlu Blg.Bandos ve Güze Sanatlar Gn.Md.İği

Altın Park

20.00

30 Ağustos 2004 Pazartesi

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-17.00

Geçit Töreni

Atatürk Kültür Merkezi Tören Alanı

11.00

31 Ağustos 2004 Salı

TSK Sergisi

Atatürk Kültür Merkezi

10.00-15.00

Halk Konseri
(Serap ERENER, Muazzez ERSOY, Halk Dansları Topluluğu)

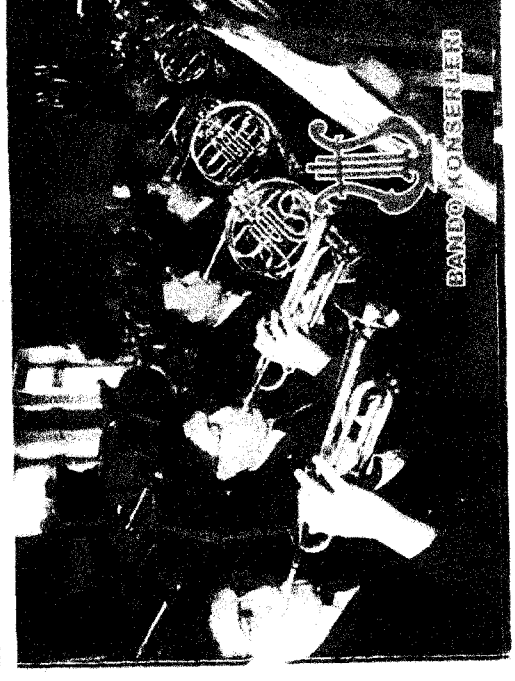
Hipodrom

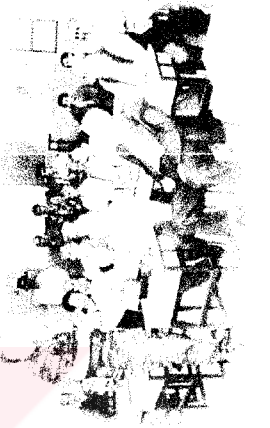
19.30-23.30

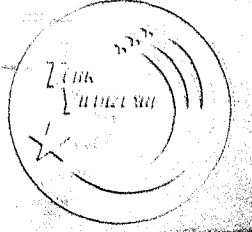
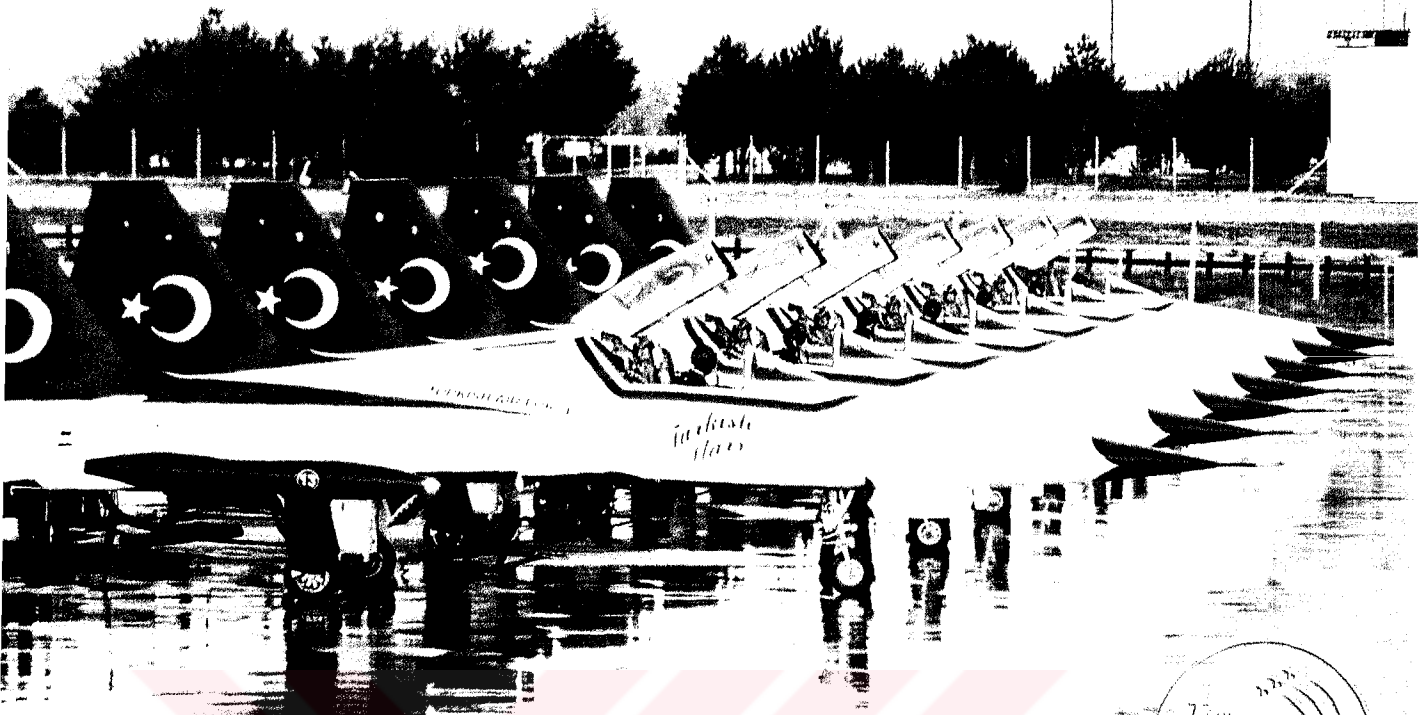
Not : Katılmalar ücretsizdir.



**Zafer coşkusu
birlikte yaşamak için yürüyoruz**



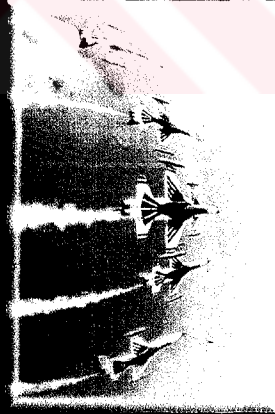
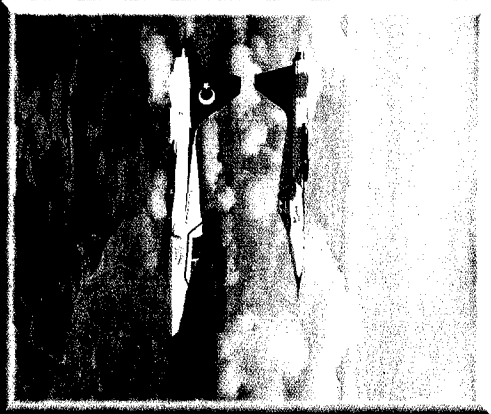




YILDIZLARI

F-5	
UZUNLUK	: 47 feet 2 inches
GENİŞLİK	: 25 feet 8 inches
YÜKSEKLİK	: 13 feet 2 inches
AĞIRLIK	: 14.689 Lb.
KALKIŞ SÜRATİ	: 153 Knots
MOTOR ANRISI	: 0 Adak

NF-5 A/B UÇAK BİLGİLERİ



SEZON AÇILIŞI	KONYA	SEZON AÇILIŞI
17 NISAN 2004		
24-25 NISAN 2004	ÇANAKKALE	ÇANAKKALE SAVAŞLARININ 89 NCU YILDÖNÜMÜ TÖRENLERİ
08 MAYIS 2004	SİİRT	İLK TANITIM
09 MAYIS 2004	DIYARBAKIR	TANITIM
18 MAYIS 2004	ORDU	TANITIM
19 MAYIS 2004	SAMSUN	19 MAYIS ATATÜRK'Ü ANMA GENÇLİK VE SPOR BAYRAMI
30 MAYIS 2004	ETİMESGUT	ANILARI TAZELEME GÜNÜ
05 HAZİRAN 2004	KIRKLARELİ	İLK TANITIM
06 HAZİRAN 2004	TEKİRDAĞ	GELENEKSEL TEKİRDAĞ KIRAZ FESTİVALİ
27-29 HAZİRAN 2004	İSTANBUL	NATO ZİRVESİ
03 TEMMUZ 2004	RİZE	İLK TANITIM
04 TEMMUZ 2004	TRABZON	TANITIM
30 AĞUSTOS 2004	HİPODROM	30 AĞUSTOS ZAFER BAYRAMI
31 AĞUSTOS 2004	HV. H. O.	MEZUNİYET TÖRENİ
04 EYLÜL 2004	SIVAS	SIVAS KONGRESİ (İLK TANITIM)
05 EYLÜL 2004	KAYSERİ	TANITIM
08 EYLÜL 2004	KUŞADASI	KUŞADASI'NIN DÜŞMAN İŞGALİNDEN KURTULUŞU
09 EYLÜL 2004	İZMİR	İZMİR'İN DÜŞMAN İŞGALİNDEN KURTULUŞU
15 EYLÜL 2004	AYVALIK	İLK TANITIM
17 EYLÜL 2004	BANDIRMA	TANITIM
18 EYLÜL 2004	BURSA	TANITIM
19 EYLÜL 2004	BALIKESİR	TANITIM
09 EKİM 2004	MERSİN	TANITIM
10 EKİM 2004	ADANA	TANITIM
20-24 EKİM 2004	FETHİYE	ULUSLAR ARASI ÖLÜDENİZ HAVA OYUNLARI FESTİVALİ (İLK TANITIM)
29 EKİM 2004	HİPODROM	29 EKİM CUMHURİYET BAYRAMI

GÖSTERİ PROGRAMI

TARİHÇE

1993 tarihinde Ankara'da 4'lü olarak ilk resmi Akrobasi gösterisini gerçekleştirmiştir.

Bu ilk gösteriyi takiben uçakların boya/tadilat faaliyetleri ile 5'li, 6'lı ve 7'li kol eğitimlerine başlamıştır. Uçuş eğitimlerinin tamamlanmasını müteakip ilk 6'lı gösteri 5 Ekim 1994 tarihinde Diyarbakır'da, ilk 7'li gösteri 20 Nisan 1995 tarihinde Eskişehir'de gerçekleştirilmiştir. 2003 yılı sonunda 8'li gösteri eğitimlerine başlamış olup 2004 yılı gösterileri 8'li olarak icra edilecektir.

Akrobasi dünyasında büyük bir yankı uyandıran Türk Yıldızları bu renkli dünyadaki haklı yerini kısa sürede almış olup, halen dünyada süpersonik uçaklarla gösteri yapan ender timlerden biridir.

Yurt içi ve yurt dışı gösterilerle Türk Havacılığının meler yapabileceğini sınırlarımızın ötesine taşıyan Türk Yıldızları 12 Pilot, 1 Basın ve Halkla İlişkiler Subayı, 5 Astsubay olmak üzere 18 personel ile görev yapmaktadır.

Ulu Önder M. Kemal ATATÜRK'ün
"İSTİKBAL GÖKLERDEDİR"

Özdeyişi Türk Yıldızları'nın sloganıdır.

HISTORY

The Acroteam, the core staff of which was formed after the initiation of establishment studies in 1992, by getting the name "Türk Yıldızları", performed their first official demonstration with 4 jets in Ankara on 18th June 1994.

Modification and exterior paintings of the jets and training flights with 5, 6 and 7 jets were initiated. Following that the first demonstration with 6 jets was performed in Diyarbakir on 5th October 1994 and demonstration with 7 jets was performed in Eskişehir on 20th April 1995. The training flights with 8 jets were initiated at the end of 2003 and the airshows in 2004 will be performed with 8 jets.

With their short but attack-progress period, Türk Yıldızları is one of the unique teams flying supersonic jets.

Through the airshows held inside Türkiye and abroad, our team, consisting of 12 pilots, 1 narrator, 5 public affairs enlisted crew has carried the capabilities of Turkish Air Force beyond the national borders.

The saying of our great leader M. Kemal ATATÜRK "THE FUTURE LIES IN THE SKIES." is our team's motto.

**TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ VE
HAVA HARP OKULUNU TANITICI
CD
EK-C**



TÜRK YILDIZLARI HAKKINDA
YURTDIŞINDA YAYINLANAN
GAZETE VE DERĐİ HABERLERİ
EK-Ç

ANGKASA

100 TAHUN
PENERBANGAN
WRI
BERSAMA

**CESSNA DERAYA,
DIHAJAR BADAI**

**COLUMBIA
MELEDAK!**



**TURK YILDIZLARI
F-5A/B
MEROBATA KEBANGGAAN TURKI**

IRAK DISERANG?

- Bakal dihujani ribuan bom
- Kapal induk, jet tempur, tank, tumpah ruah
- Marinir Vs Urban Warfare



AIR POWER

- Mata-mata AS jatuh di Korsel
- Hercules Israel dibuat seram
- Unit TNI AU pemberantasan hama



AEROBIZ

- Penerbangan Haji kacau
- Penerbang Garuda protes gaji
- Polandia tawarkan pesawat murah
- Simulator ATC Tower

AERRO

1 2003.

yu/aeromagazin

magazin

€cina M

Časopis za popularizaciju zduhaplovstva bez granica



7:

DO ZLATO



JE KOČKA BAČENA?



KI PILOTI

PADNOM FRONTU

0 dinara

1450-6068



606005

ostranstvo 3 eura

ZAMPA DI LEONE



LAVLJA KANĐA

(011) 323 44 32

(063) 808 1 808

NET & DRÖP

€ 5,60 (D) - sfr 11,00 - € 6,50 (Österreich) G 8376
3/02 € 6,60 (Belgien) - € 6,45 (Luxemburg)
Juli / August 2002

Kampf um Malta



Strategie im Mittelmeer

GZEUGE VON GESTERN UND HEUTE IM ORIGINAL UND IM MODELL

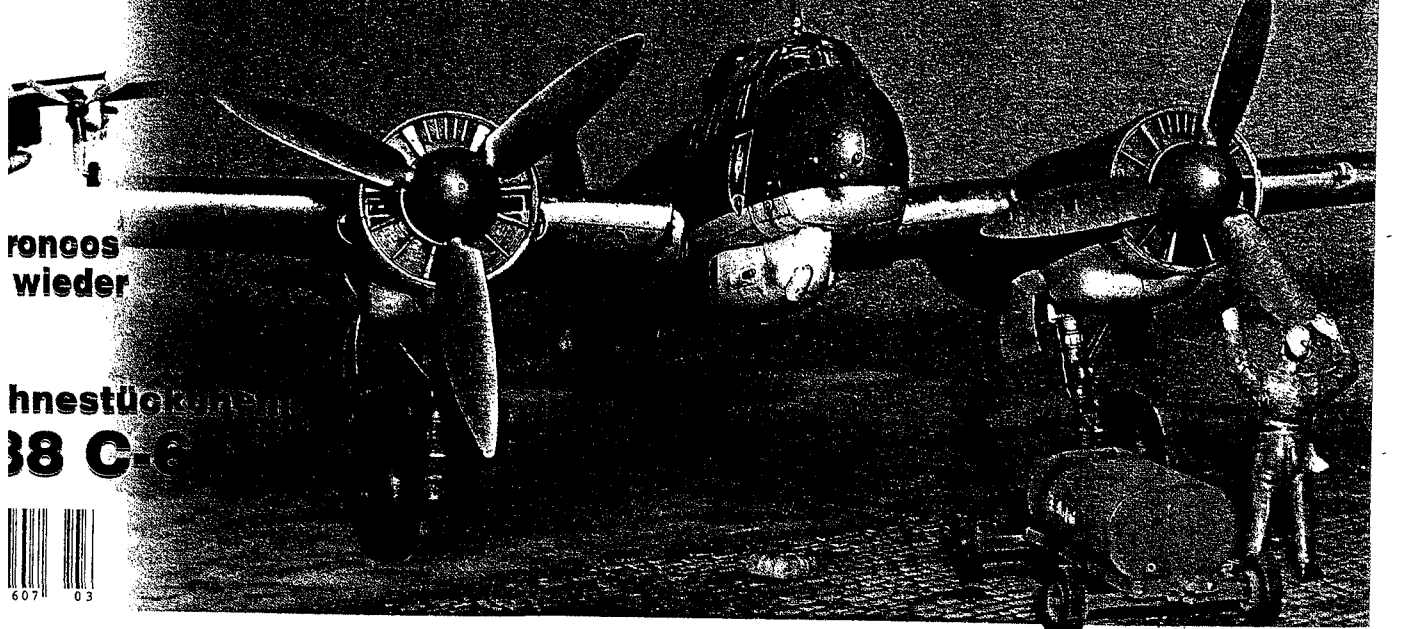
e unter
"Tur



u. Todesstrafe
iherr von Gabsberg

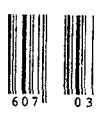
atz Obertraubling
t der Giganten

schichte der
V.106 - Teil 2



roncos
wieder

hnestück
38 C-6



17

Luchtvaart

WERELD

november 2000
2e jaargang nr.11
Losse nummers
f 12,50
BFr 250

ACTUEEL EN HISTORIE - CIVIEL EN MILITA





全世界的 写真報道

NORLD WIDE

PHOTOPRESS

体下面に描かれているのは中央アナトリア地方
 鷲をイメージしたものである。米空軍のサンダー
 ースにかなり影響されているようだ



トルコ

Photo & Story by Stefan DEGRAEF / Edwin BORREMANS

トルコ空軍では1950年代
 前半より何度か小規模な曲
 芸飛行チームが編成されて
 いたが、1992年11月に7機
 のNF-5Aからなるアクロ



ターキッシュスターズの
 部隊パッチ

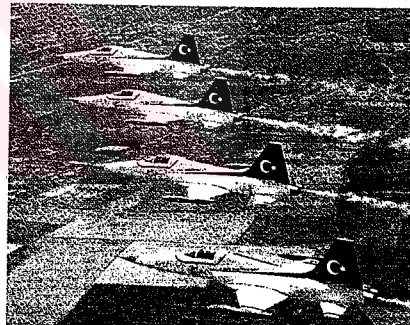
トルコのアクロチーム

「ターキッシュスターズ」

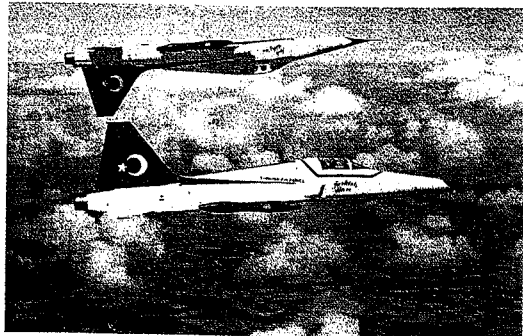
チーム「ターキッシュスターズ」が創隊
 された。彼らは1994年10月に初めての
 展示飛行を行い、世界で最も新しい超
 音速曲技飛行隊となった。創隊時のパ
 イロットはカナダのスノーバーズ、イタ
 リアのフレッチェトリコロリ、イギリス
 のレッドアローズで経験を積んだ教官4
 名。国外で初めて飛行したのは95年の
 ベルギー空軍のエアショーで、その後
 エアトゥーにも参加し、レッドアローズ
 に賞賛された。

ターキッシュスターズにはナレー
 ターを含め13人の将校がおり、飛行プ
 ログラムは7機のうちの3機によるデル
 タフォーメーションと、残り4機のアクロ
 パティック飛行で構成されている。パイ
 ロットになるには、最低でも800時間の
 飛行時間か、あるいはNF-5A/Bでの3
 00時間の飛行時間が必要とされ、さら
 に編隊長はNF-5で800時間、もしくは
 トータルで2000時間飛んでいることが
 要求される。同隊の新人パイロットは一
 年間、編隊飛行を基礎とした「ステップ
 アップ」訓練プログラムを行う。

ターキッシュスターズの使用する
 NF-5A/Bは、オランダ空軍の余剰機
 を譲り受け、スモークタンクを装備した
 もの。NF-5A/Bを使った飛行が見られ
 るのは2008年までの予定で、それ以降
 はF-16Cブロック30に変更されていく
 であろう。



デモフライトに使用されているのは単座のNF-5A。複座のNF-
 5Bは訓練用に使用されている。国民へのアピールと募兵効果
 のため、全体の9割の飛行展示はトルコ国内で行われる



他の多くのアクロチームと同じようにプログラムの一部は、古典的だがエキサ
 イティングな2機編隊での機動飛行に重点が置かれている

If you have amazing photos of the military aircraft taken at any place, to Monthly Magazine Jwings, IKAROS PUBLICATION, LTD.
 zaka K-bldg, 3-2 Kagurazaka, Shinjyuku-ku, TOKYO, JAPAN T&T 03-6616

ジでは海外で撮影された新しい軍用機やめずらしい軍用機の写真を紹介します。特別塗装機や変わった塗装の軍用機など大歓迎なので、
 からの投稿をお待ちしております。「Jウイング編集部」までお送りください。



La fierté d'une force aérienne

Aujourd'hui, les différentes patrouilles de démonstration nationales, équipées de jets sont, malgré leur coût d'opération assez élevé, les outils idéaux pour représenter une force aérienne et leur nation au cours d'événements de représentation nationaux et internationaux, pour influencer les opinions publiques et - enfin - pour créer et entretenir les sentiments de cohésion dans les communautés militaires.

En haut, les pilotes et les personnels de la patrouille aérienne des Turkish Stars posent devant un des sept Northrop Grumman NF-5A Freedom Fighter, monoplace.

Ci-dessous, un des appareils biplaces utilisé pour ce reportage photographique.

Dès le début des années cinquante, et l'entrée en service de ses premiers chasseurs à réaction, la force aérienne turque ou THK a successivement sur pied plusieurs équipes de voltige qui évoluèrent sur F-84G jet, F-86 Sabre puis F-5A Freedom Fighter. THK créait en novembre 1992 sa propre équipe officielle les « Turkish Stars » ou en français « Étoiles de la Turquie », équipée de sept avions supersoniques Northrop NF-5A Freedom

qui ont 90 % de ses démonstrations en vol au ciel de Turquie, cette patrouille, parée du blanc des couleurs nationales - étoilé et croissanté! - est devenue le principal vecteur de relations publiques de la force aérienne. Elle témoigne une popularité et une réputation croissante et une véritable idolâtrie chez les militaires turcs.



"Türk ulduzları" bizi heyran etdi

minlərlə bakılı onların məharətinə uşaq kimi sevindi, alqışladı

dlıq meydanı,
Park son on
beş möhtə-
izdiham gör-
nişdi. Türkiyə
-nin elitar es-
rilyasının
rk ulduzla-
n dünən saat
0-da başlayan
şousuna ta-
a etməyə gə-
yarım milyon
artıq insan
dlıq meydanı-
Milli Parka sıg-
ı.

Çoxumuz üçün bu, aviaşou deyil, İrana cavab idi

Müdrük siyasətin tənənəsi



Türk pilotlarının Bakı səmasında uçuşlarını ikiqat, üçqat... yüzqat əlamətdar, sevindirici, qürurlandırıcı edən isə Meydana toplaşanların bu uçuşları sadəcə aviaşou kimi deyil, həm də İrana cavab kimi qəbul etməsi idi.

Hər halda, İran təyyarələrinin hava sərhədlərimizi pozmasından sonra türk təyyarələrinin Bakı səmasında parlamasını əhali başqa cür yazmaq belə istəməzdi...

Yazısı 16-cı səhifədə

KONGRESİNDƏ TÜRK LOBBİSİ YARANIR

Sah. 3-də

İDİ HÜSEYNLİYƏ 10 İL İŞ İSTƏNİLDİ

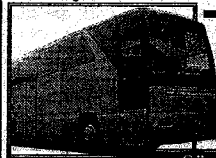
Sah. 16-da

MATALADA BİR NƏFƏR DƏ TUTULDU

Sah. 15-də

**Tiflis-İstanbul
avtobusuna hücum olub**

7 cloydəşimiz döyülərək qərət olunub



Tiflis-İstanbul marşrutu ilə hərəkət edən avtobusa Gürcüstanın Zestafoni şəhəri yaxınlığında silahlı basqın düzenlənib. Aldığımız məlumata görə, tapança və avtomatlarla silahlanmış quldurlar avtobusa hücum çəkərək sərnişinləri qərət etməyə çalışıblar.

Sözli sah. 3-də

'Türk ulduzları'

'üz minlərlə bakılı onların məharətinə

Çoxumuz üçün ü, aviaşou deyil, İrana cavab idi

zadlıq meydanı, Milli Park son on ildə belə möhtəşəm
tam görməmişdi. Türkiyə HHQ-nin elitər eskadriyası -
"Türk ulduzları"nın dünən saat 18.00-da başlayan
şousuna tamaşa etməyə gələn yarım milyondan artıq
n Azadlıq meydanına, Milli Parka sığmırdı. Türk pilot-
ın Bakı səmasında uçuşlarını ikiqat, üçqat ... yüzqat
rətdər, sevindirici, qürurlandırıcı edən isə Meydana
aşanların bu uçuşları sadəcə aviaşou kimi deyil, həm
rana cavab kimi qəbul etməsi idi.

er halda, İran təyyarələrinin hava sərhədlərimizi
masından sonra türk təyyarələrinin Bakı səmasında
amasını əhali başqa cür yozmaq belə istəməirdi...
dən sürətli qırmızı-ağ "F-5"lərin pilotları Bakı buxta-
zərində şəqdən qərbə, şimaldan cənuba və əks isti-
rətdə, üfiqi və şaquli vəziyyətlərdə heyranedic, tü-
xədic uçuşlar etdilər. Türk qırcıları nələr etmədilər
ən: Türkiyə asları Bakı səmasında "ölüm ilgəyi",
"k" çəkdilər, elə alçaqdan uçdular ki, sanki Hökumət
nın başına qonacaqdılar, elə mayallaq vurdular ki,
ki qırğı idilər...

əmə attraksionu" yarım saat çəkə də, tamaşaçılar
mamışdı, "Türk ulduzları"nın bir daha səmada görü-
əyi ümidilə meydanı tərk etmək istəməirdi...

atrladaq ki, Türkiyə eskadriyasının nümunəvi uçuşla-
xə Baş Qərargah rəisi Hüseyn Kıvrıkoğlunun Azərbay-
a səfərinə həsr edilib.

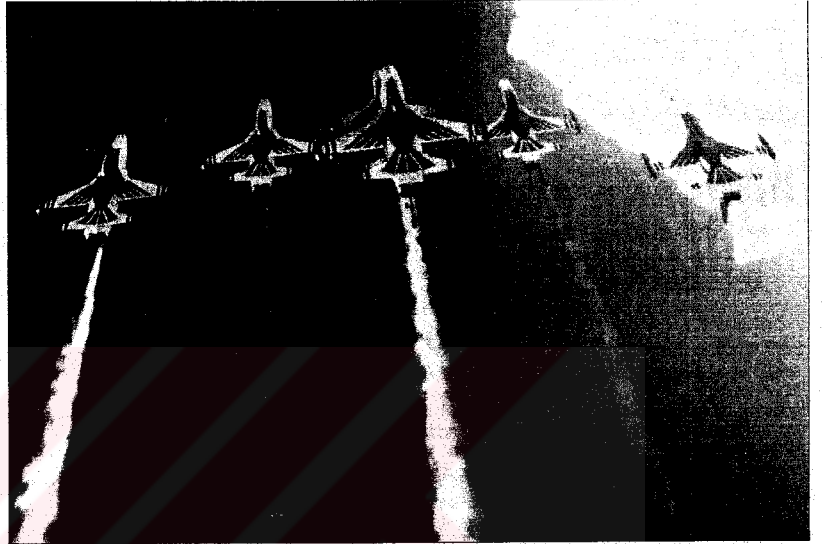
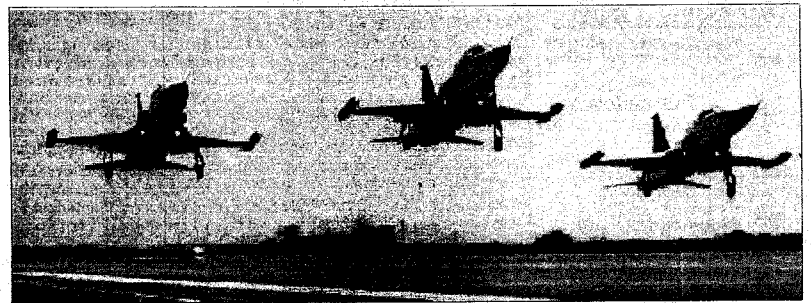


Foto TURAN



Uçuşları müşahidə edənlər öz
isslərini saxlaya bilməyərək Tür-
yə Silahlı Qüvvələri və Azərbay-
an-Türkiyə dostluğu haqda şuar-
lar səsləndirdi.

**"Türk ulduzları" Bakı səmasında
24 ali pilotaj fiquru nümayiş etdirdi**

YENİ MÜSƏVƏT

YAP-Ç
oğlu
İntiha
etdi

yazısı səh

qəzet 25 avqust 2001-ci il № 211(1453) Qiyməti 1000 manat

KOMANDANI
VERƏCƏK
NDƏN VAZ
AQ

iyə Silahlı Qüvvələri
ın reisi, ordu gene-
rikoğlunun Azərbay-
əri başlayır. Qardaş
ı komandanı dövlət
v və müdafiə naziri
rüşəcək, Ali Hərbi
alış mərasimində iş-

ŞAM" qəzetinin me-
H.Kıvrıkoğlu Bakıda
ana yönələn təhdid-
Türkiyənin Azərbay-
gülayaraq bu ölkəyə
arşı hərəkət kimi qe-

ıvrıkoğlunun Bakıda
ısını isteyib...

□ GƏFƏR

RİMİ"na
İNÜ"

30 AVQUST
ELAN EDİB

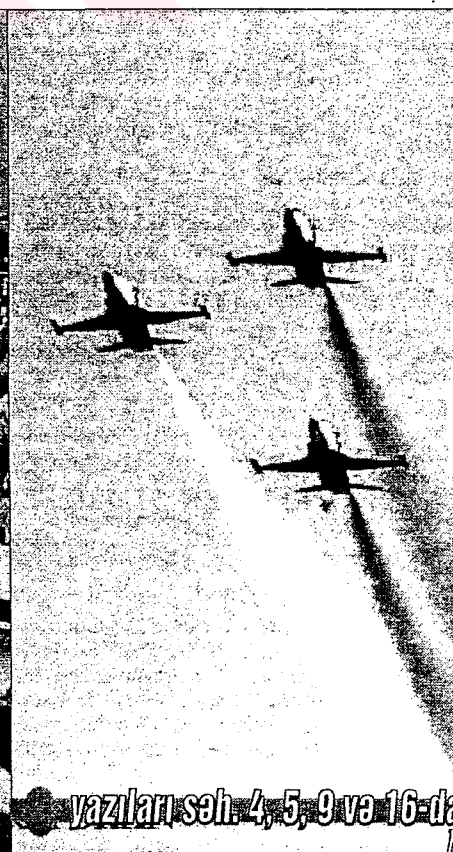
de

İ
YƏ AZADLIQ!
ALİSTLƏRİ
OMİTƏSİ BAŞ
A MÜRACİƏT

sı səh.2-de

TÜRK DÜŞMƏNLƏR LAYIQLI MESAJ

İran təyyarələrinə hiddətlənən xalq türk uçaqlarını alqışlarla qarşıladı



yazıları səh. 4, 5, 9 və 16-də

Bakıda möhtəşəm gün



“TÜRK ULDUZLARI” YÜZ MİNLƏRLƏ İNSANI AZADLIQ MEYDANINA TOPLADI

Təşəkkürlər, Türkiyə!

idi ki, vətəndaşlarımızın əksəriyyəti öz uşaqlarını da bu tarixi hadisəyə tamaşa etmək üçün özləri ilə gətirmişdilər. Yavaş-yavaş adamlar 8 ildir üzünə həsrət qaldıqları meydana dolurdu və təbii ki, hər kəs bu yoldakı maneəni “Türk ulduzları”nın aradan qaldırıldığını fərqindəydi.

Meydanda ən çox diqqəti cəlb edən Türkiyə və Azərbaycanın qoşa dalğalanan bayraqları idi. Artıq uzaqdan bu bayraqların Elman Türkoğluna məxsus olması heç bir şübhə doğurmurdu. Arada xeyli məsafə olmasına baxmayaraq, Elman duran yerdə nəse insident baş verdiyini görüb, oraya yaxınlaşdı. Səbəylə rayon Polis İdarəsinin rəisi Nazim Nağıyev E. Türkoğlu ilə mübahisə edirdi. Birca onu bildik ki, Nazim müəllim onun hansısa hərəkətidən narazıdır və Elmandan “hoqqabazlığa son qoymağı” tələb edir. Reisin Elmanı danlamasını haqsız sayan bir Türkiyə vətəndaşı bayraqların heç bir nalayiq hərəkət etmədiyini N. Nağıyevə deyərək onu müdafiə etdi. Ancaq N. Nağıyev və onun yanındakı polisler Elmanı itələməyə başladılar. Nəticədə bayraqların əlində tutduğu Azərbaycan bayrağı sancıldığı yerdən çıxaraq adamların üzünə düşdü. Cavanlar bayrağımızı yerə düşməyə qoymayaraq başları üzünə qaldırdılar və berkdən “Türkiyə!” deyərək qışqırdılar. Polisler belə getse, xoşagəlməz vəziyyət yaranacağını görüb

uzaqlaşdılar. E. Türkoğlu qarından tək zərbəsi aldığı deyib üz-gözünü turşutdu. Onun dediyinə görə, yeganə “günahı” “Türkiyə-Azərbaycanı” qışqırmağı olub. Bundan sonra polisler ondan həm belə hərəkətlərə son qoymağı, həm də bayraqları aşağı salmağı tələb ediblər...

Saat 17.53-də qəhrəman türk pilotunun idarə etdiyi ilk tayıra göründü. İnsanlar başları üzərindən uçub keçən tayıra qışqırıqlarla salamladılar. Bunun ardınca 7 tayıra rəngli iz buraxaraq tamaşaçıların növbəti dəfə heyecanlanmasına səbəb oldu. Yüksək sürətlə qarşı-qarşıya gələn iki “Türk ulduzu”nun bir-birinə çox yaxınlaşaraq keçməsinə seyr edən tamaşaçıların bəziləri onların toqquşmayaraq əks istiqamətlərə uzaqlaşmasını da eyni ruh yüksəkliyi ilə salamladı. Getdikcə “Türk ulduzları”nın yerinə yetirdikləri akrobatik hərəkətlər mürəkkəbləşirdi. 4 tayıra bir yerdə ən çətin trüklerden biri olan “ötüm ilgəyi” hərəkətini 3 dəfə çox məharətlə yerinə yetirdi. Üç tayıranın müxtəlif istiqamətlərdən eyni nöqtəyə doğru uçuşu da çox riskli bir hərəkət idi. 4 tayıranın birlikdə uçuşuna izahat verən türkiyəli mütəxəssis onlar arasındakı məsafənin minimum olduğunu bildirdi.

Nəhayət, “Türk ulduzları” özlərinin ən maraqlı və yaddaqalan akrobatik hərəkətlərindən birini yerinə yetirərək Bakı

səmasında ürkəşli çəkildilər. Bunu izah edən türk qardaşımız “Türk ulduzları”nın hamını üreyi Atatürkün “Yurdda barış, dünyada baş” kəlamına həsr etdiklərini bildirdi. Qeyd edək ki, bu hərəkət isə camaatımızda xüsusi coşğunluq doğurdu. Onların sürətli alışı millətimizin Atatürke olan hörmətinin ən yaxşı göstəricisi idi. “Türk ulduzları”nın uçuşlarını edib gözdən itdilər. Adamlar isə hələ də boylarını, gözləri ilə onları axtarırdı. Bəziləri artıq tədbirin başa çatdığını desələr də, həmvətənlərimiz yerlərdən tərpanmaq istəmirdilər. Qəhrəman pilotların hünərləri insanlarımızı məst etmişdi. Bir balaca oğlan uşağı gördüklərinin təsiri altında “İndən sonra İran qəlib deyib sərhədimizi keçər” dedi. Bu türk cocuğunun duyduğu fəxarət Azadlıq meydanına gəlmiş hər kəsin qəlbine hakim kəsilmişdi...

Tədbir başa çatdıqdan sonra polis əməkdaşları camaata meydanı tərk etmək lazım gəldiyi barədə tapşırıqlar verirdilər. Düzü, gördüklərindən sonra insanlar üçün bu cür məhdudlaşdırma artıq elə bir əhəmiyyət kəsb etmirdi. Milletimiz bir daha özünü dünyanın ən mədəni millətlərindən biri olduğunu və istənilən tədbiri layiqincə keçirməyi bacardığını sübut etdi. Tədbir boyu bir dəfə də olsun kiminsə nalayiq hərəkət etməsinə və ya söz deməsinə şahid olmadıq.

Bircə ona təəssüfləndik ki, Azərbaycanın həyatında ilk dəfə baş verən bu tarixi olaydan əvvəl hər hansı bir çıxış edilmədi, adamlar bu hadisəyə bağlı məlumatlandırılmadı. Ən azı meydana gəlmiş minlərlə insanın adından bizlərə yaşatdıqları gözəl hissələrə görə “Türk ulduzları”na, onların komandanlarına, qardaş Türkiyə rəhbərliyinə və xalqımıza minnətdarlıq etməyə dəyər...

Bütün bu çatışmazlıqlara baxmayaraq, bayramımız alındı. Gələn bayramlarda görüşmək ümidi ilə...

Q. Rəhif KAZIMLI

Düən nəhayət, bütün Azərbaycan əhalisinin səbirsizliklə gözlədiyi hadisə baş verdi. Türk Hava Qüvvələrinə məxsus F-5 markalı qırıcı təyyarələrindən ibarət “Türk ulduzları” eskadrilyası yarım saat ərzində Bakının “Azadlıq” meydanı üzərində nümunəvi uçuşlar etdi.

Paytaxtımızda bu əlamətdar hadisəyə maraq olduqca böyük idi. Hələ səhər saat 9:30 radələrində təyyarələrin Bakı üzərində keçirdikləri sınaq uçuşlarına tamaşa etmək üçün minlərlə insan küçələrə çıxmışdı. Bütün bunlar onu göstərirdi ki, axşam saat 18-ə təyin edilmiş tədbir daha möhtəşəm keçəcək. Doğrudan da, saat 16-dan başlayaraq, əhali şəhərin hər yerindən baş meydana axışdı. Sevincidici hal

İran indi də Kıvrıkoğlunu hədələyir?

İsə. Sadiqov: “İRAN BOŞ-BOŞ BƏYANATLAR VERMƏKLƏ MƏŞĞULDUR”

Bu gün Azərbaycan Ali Hərbi Məktəbi özünün ilk məzunlarını Ordumuza təhvil edəcək.

Xəbər verildiyi kimi, hərbi məktəbimizin buraxılış günündə Türkiyə Silahlı Qüvvələrinin Baş Qərargah rəisi, ordu generalı Hüseyn Kıvrıkoğlu da iştirak edəcək. Bu gün onu əvvəlcə Azərbaycanın müdafiə naziri, general-polkovnik Səfər Əliyev, daha sonra isə dövlət başçısı Heydər Əliyev qəbul edəcək.

Cənab Kıvrıkoğlu neçə gündən bəri Azərbaycan səmasını bəzəyən “Türk ulduzları”nın məzunların şərəfinə keçirəcəkləri uçuş proqramına da tamaşa edəcək. Qəribədir ki, bir neçə gün öncə “Türk ulduzları” eskadrilyasının Azərbaycanı gəlişi üçün bizim hökumətdən izahat tələb edən İran rəsmiləri erköyünlüklerini davam etdirməkdədirlər. Türkiyənin Tehrandakı səfiri İran Xarici İşlər Nazirliyinə çağırılıb və

ona bəzi suallar verilib. “Zerkalo” qəzetinin xəbərinə görə, İran XİN nümayəndəsi Türkiyə-Azərbaycan hərbi əməkdaşlığının xarakteri və H. Kıvrıkoğlunun Bakı səfəri ilə maraqlanıb. Hətta İran diplomatı Kıvrıkoğlunun Bakı səfəri ərzində söyləyəcəyi ifadələrə “nəzarət” etməli olduğunu bildirib.

Ehtiyatda Olan Zabitlər Birliyinin sədri, polkovnik İsa Sadiqov Türkiyə ordusunun komandanı Hüseyn Kıvrıkoğlunun Azərbaycana gəlişini çox yüksək dəyərləndirir. O, Azərbaycanın belə bir vəziyyətində Türkiyə qırıcılarının Bakıda uçuş keçirməsinin çox böyük tarixi əhəmiyyəti olduğunu vurğuladı: “Biz yaxın dostlarımızla əlaqələri genişləndirərkən, bütün problemlərimizin həllinə nail olacağıq. Sözsüz ki, problemlərimizin başında Dağlıq Qarabağ məsələsi dayanır.”

İranlı diplomatın dediklərinə əhəmiyyət verməməyi

tövsiyə edən İ. Sadiqov Tehran rəsmilərini avandırüst çıxışlar etməkdə suçladı: “Bu, Azərbaycanın daxili işidir. Heç bir dövlətə, xüsusilə də İran kimi dövlətə izahat verməyə borclu deyilik. Kıvrıkoğlu müstəqil Azərbaycana səfər edir. Onun na danışmasının da İrana dəxli yoxdur. İran çox yaxşı başa düşür ki, eger burada onun işi ilə hər hansı münafiqə baş versə, vəziyyəti çox ağır



Hüseyn Kıvrıkoğlu

olacaq. İran bunu çox gözəl bildiyi üçün boş-boş bəyannatlar verməklə məşğuldur.”

ƏLŞAD

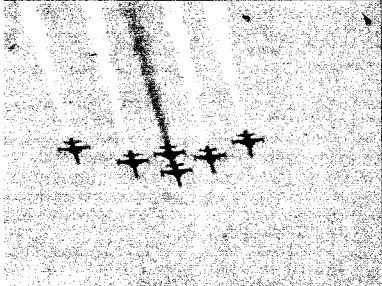
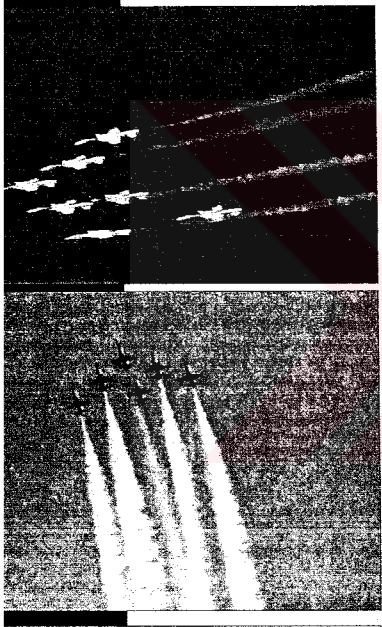
TÜRKİYƏ ORDUSUNUN KOMANDANI MÜKAFATLANDIRILDI

Hüseyn Kıvrıkoğlu “Azərbaycan Bayrağı” ordeninə layiq görüldü

Türkiyə Silahlı Qüvvələrinin Baş Qərargah rəisi, ordu generalı Hüseyn Kıvrıkoğlu Bakıya gəlib.

Səfər başlamazdan bir neçə saat əvvəl Heydər Əliyev türk sərkərdəsini mükafatlandırmaq qərarına gəlib. Ölkə başçısının dünən imzaladığı fərmanla Hüseyn Kıvrıkoğlu “Azərbaycan Bayrağı” ordeninə layiq görüldü. Türkiyə Silahlı Qüvvələrinin Baş Qərargah rəisi, ordu generalı iki qardaş ölkə arasındakı münasibətlərin inkişafındakı xidmətlərinə görə mükafatlandırılıb.

İSMAYIL



Fotolar “Turan”ındır

**TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ VE
TÜRK YILDIZLARI TANITIM
KİTAPLARI
EK-D**

TURK SILAH KUVVETLERI

TURKISH ARMED



TÜRK YILDIZLAR

TURKISH STAR

Gökyüzüne Yazılan Tarih



**TÜRK YILDIZLARININ YURTIÇİ VE
YURTDIŞI GÖSTERİLERİ
EK-E**

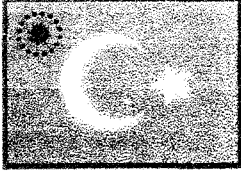
YURT İÇİ GÖSTERİ YERLERİ

Yeri	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	TOPLAM
	X			X	X	X	X					X	6
R		X				X	X			X		X	5
		X		XX	XXX	XX		XX	XX	XX	XX	XX	18
			X					X		X			3
			X	X	X	X	X						5
T			X		X		XX	XX	XX	X	XXX		12
				X	X				XX				4
				XX		X			XX	X	X	X	8
				X	X	X		X	XXX	X	X	X	10
				X						XX	X	X	5
E					X				X	XX	X	X	6
					X								1
					X			X		X	X	X	5
T					X								1
						X					X		2
						X						X	2
						X	XX	XXX	XX	XXXX	XXX	XXXXX	20
						X							1
						X			X				2
							X				X	X	3
							X						1
							X						1
A							X						1
							X				X		2
							X						1
							X			X	X	X	4
								X				X	2
P								X					1
								X		X			2
								X			X	X	3
								X					1
								X					1
NU								X					1
								X				X	2
RI								X					1
								X					1
								X		X	X		3
AR								X					1
E								X				X	2
A								X				X	2
									X				1
									X			X	2
RUN									X				1
									X				1
V									X				1
									X				1
									X				1
									X				1
										X			1
										X			1
										X		X	2
SI										X			2
										X	X		2
											X		1
											X		1
												X	1
ELI												X	1
												X	1
												X	1
												X	1
Z												X	1
LAM	1	2	3	9	12	12	14	24	24	23	23	30	177

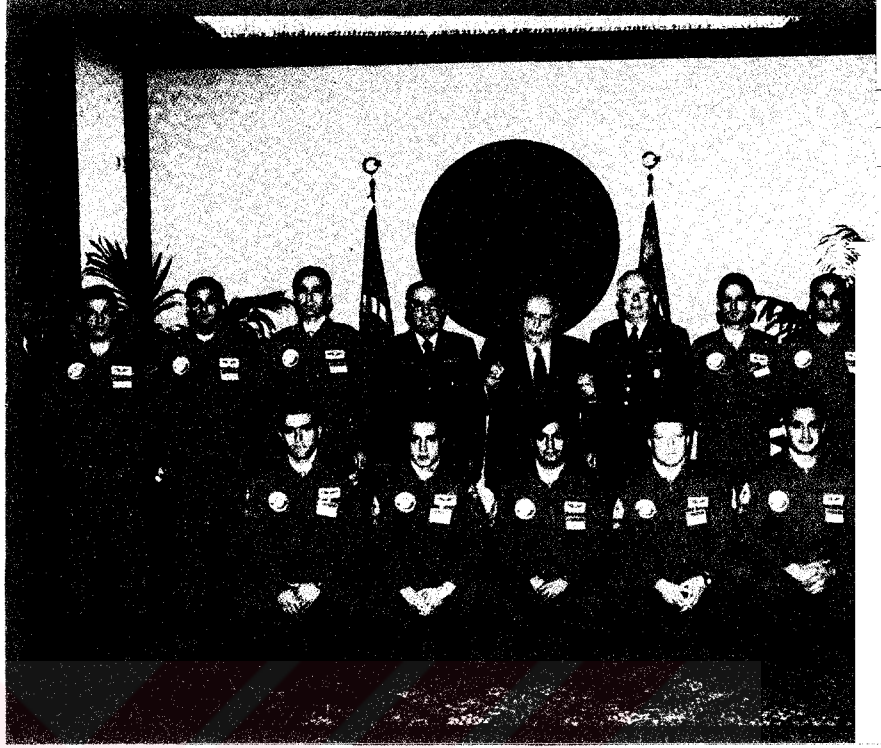
YURT DIŞI GÖSTERİLER

GÖSTERİ YERİ	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	TOPLAM
BELÇİKA			2										2
OSTEND					1								1
FAIRFORD				2	2								4
MILDENHALL						2							2
KIBRIS				1		1	1	2	1	2	2	4	14
İSRAİL						2							2
MACARİSTAN						2					2		4
SLOVAKYA							2						2
ROMANYA								2					2
AVUSTURYA								2			2		4
İTALYA									1				1
AZERBAYCAN									2				2
FRANSA										1			1
BULGARİSTAN										2			2
ÜRDÜN										2			2
TOPLAM			2	3	3	7	3	6	4	7	6	4	45

**SÜLEYMAN DEMİREL'İN YILBAŞI
KARTPOSTALI
EK-F**



“Sizleri tebrik ediyorum.
Türk Hava Kuvvetleri'nin,
Türk Silahlı Kuvvetleri'nin,
dolayısıyla Türkiye
Cumhuriyeti'nin
gururusunuz. Gerçekten
Türk Yıldızları'sınız.”



Türk Yıldızları Pilotlarını Kabul - 30 Ekim 1997

*Bilmukabele, yeni yılınızı kutlar,
en iyi dileklerimi iletirim.*

S. Demirel

*Süleyman Demirel
Cumhurbaşkanı*

**TÜRK YILDIZLARINA GÖNDERİLEN
KUTLAMA MEKTUPLARI
EK-G**



AUSTRIAN
AIR FORCE

Major General Erich WOLF
Commander

To Mister
Colonel Tamer SIRELI
3 NCÜANAJETÜS
134 NCÜ AKROTIM FILO K.LIGI
KONYA/TÜRKIYE

LANGENLEBARN, August 2003

The Air-Show „AIRPOWER03“ has met with great appreciation on both national and international level.

Some 250.000 visitors have come to see the unique performances shown at this display.

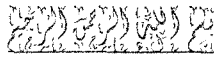
Know-how to perfection were the source of this success. And the participation of your Aerobatic-Team, the “Turkis Stars” has given a special touch and glamour to this display.

I wish to sincerely thank you and your pilots for having participated in this Air-Show and I hope to welcome you again at the next AIRPOWER here in AUSTRIA.

Many happy landings

Commander Austrian Air Force

Major General WOLF Erich



Jordan Armed Forces
Royal Jordanian Air Force
Commander's Office
Tel : 009626-487-5599
Fax: 009626-489-5192



Date: 11 Nov. 2002

Maj. Tamer Sireli
Commander
Turkish Stars
TAF, Turkey

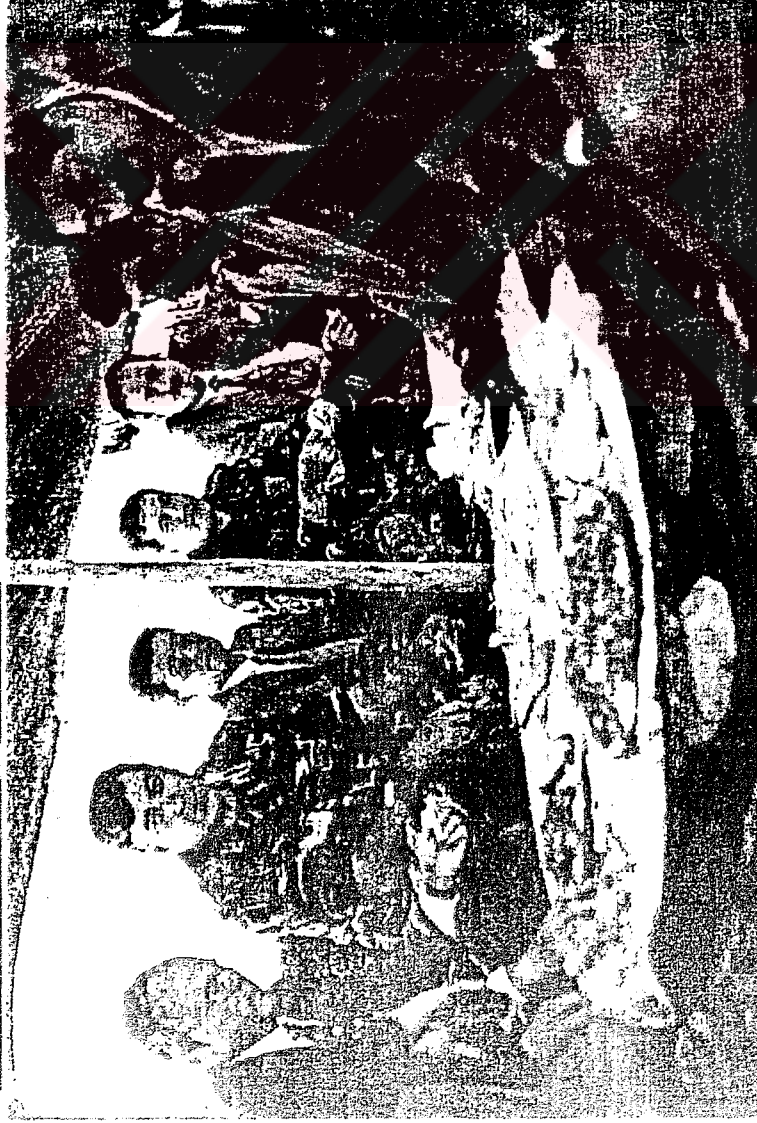
I would like to pass on my thanks to yourself and your team for displaying the Turkish Stars at our Sofex 2002 on Oct. 15-17. the presence of your aircraft and the helpful participation of your team made a significant contribution to the success of the exhibition. The professional manner in which your display was conducted was a credit to you and to the Turkish Air Force.

Once again thank you & your staff for providing the team for display, and we look forward to seeing you in Jordan soon.

Feisal Bin Al-Hussein
Major General
Commander, RJAF

**KÖY DESTEK UYGULAMALARI
GAZETE HABERLERİ
EK-Ğ**

Hürriyet



Köye dönüş yemeği

AGRI'da vatandaşlar, terör nedeniyle boşaltılan köylere dönüşüyor. Vali Lütfi Yiğenoğlu (Sol başta) ve Tuğgeneral Başar Balta (Sağda) 2 yıl önce boşaltılan beş köyden birinde, Merkez

Akdana Köyüne dönüş yapan 10 aileyi ziyaret etti. Aileler, konuklarını yar sofrasında ağırlarken, Vali "Yuvanızı dönünüz. Yıkılan evlerinizi kısa sürede yaptıracağız. Devlet, can ve mal güvenliğinizi

sağlayacaktır" dedi. Tuğgeneral Balta da, "Siz Mehmetçüğün koruması altındasınız. Rahat ve huzur içinde yaşamınızı sürdürmenizi istiyorum" diye konuştu. ■ **Ahmet ÖZALCI / AĞRI**



Ergani'de Mehmetçik Dershanesi

DERSHANE KURULUŞU. Ergani'de Mehmetçik Dershanesi, öğrencilerin eğitim ve öğretimlerini sürdürmelerine yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur. Dershane, öğrencilerin derslerini daha iyi öğrenmelerine ve öğretmenleriyle daha iyi anlaşmalarına yardımcı olacaktır. Dershane, öğrencilerin derslerini daha iyi öğrenmelerine ve öğretmenleriyle daha iyi anlaşmalarına yardımcı olacaktır.



Kırk bin kere maşallah

Kırk bin kere maşallah. Bu ifade, genellikle bir şeyin çok güzel, çok iyi veya çok başarılı olduğunu ifade etmek için kullanılır. Bu ifade, genellikle bir şeyin çok güzel, çok iyi veya çok başarılı olduğunu ifade etmek için kullanılır.

MEYDAN



Emetçik'e sevgi seli

PKK terör örgütüne darbe üstüne darbe vuran Mehmetçik yardım amacıyla gittiği her köyde büyük sevgi gösterileriyle karşılanıyor.

Kültür Sarayı'na bîme aşamasında

Ancak...

B...

...

Türkiye

14 MART 1989 PAZAR

Mehmetçik'ten ağaç söleni

D...

SABAH

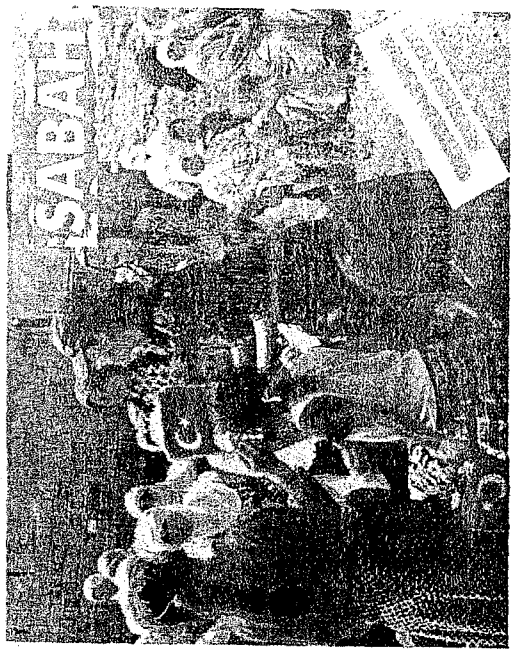
Emetçik'e sevgi seli

T...

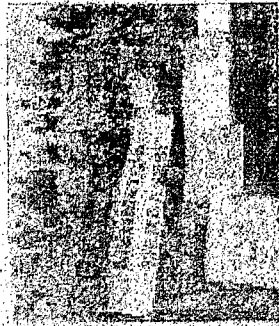


Gençce Yaylası'nda sunnet töreni

...



DIYARBAKIR SÖZ



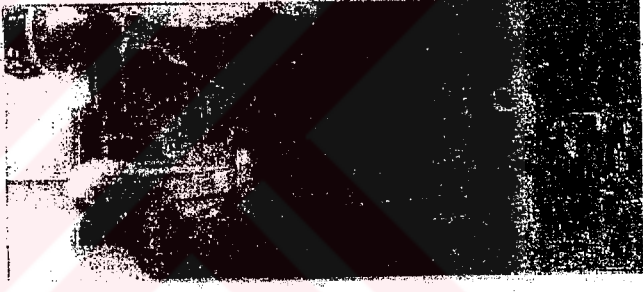
Mehmetçik'ten
"Yeşil" kampanyası
 Kültür bakanı, yürürlüğe giren yasaların bir sonucu olarak, yeşil kampanyası için bir kampanya başlatıldı. Bu kampanya, yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlıyor. Bakan, bu kampanyanın, şehirlerimizdeki yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçladığını söyledi.



Mehmetçik'ten
"Yeşil" kampanyası
 DİYARBAKIR - Kültür bakanı, yürürlüğe giren yasaların bir sonucu olarak, yeşil kampanyası için bir kampanya başlatıldı. Bu kampanya, yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlıyor. Bakan, bu kampanyanın, şehirlerimizdeki yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçladığını söyledi.



Kırvem & Şahidim
Mehmetçik olsun
 Kültür bakanı, yürürlüğe giren yasaların bir sonucu olarak, yeşil kampanyası için bir kampanya başlatıldı. Bu kampanya, yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlıyor. Bakan, bu kampanyanın, şehirlerimizdeki yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçladığını söyledi.

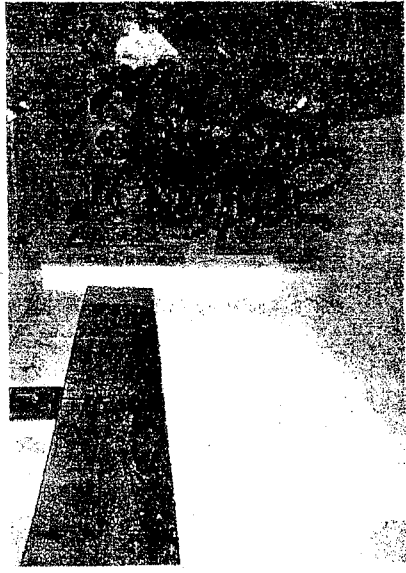


Mehmetçik olsun

DIYARBAKIR SÖZ



50 bin fidan K
dikilecek
 Kültür bakanı, yürürlüğe giren yasaların bir sonucu olarak, yeşil kampanyası için bir kampanya başlatıldı. Bu kampanya, yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlıyor. Bakan, bu kampanyanın, şehirlerimizdeki yeşil alanların korunmasını ve geliştirilmesini amaçladığını söyledi.



Mehmetçik'ten fotoğraf sergisi

SANLIURFA - Şubatın 20 Zühdi Tuncay Komutanlığı, askerlerinin eserlerinden oluşan "Zühdi Tuncay Komutanlığı" fotoğraf sergisi açıldı. Zühdi Tuncay Komutanlığı, askerlerinin eserlerinden oluşan "Zühdi Tuncay Komutanlığı" fotoğraf sergisi açıldı. Zühdi Tuncay Komutanlığı, askerlerinin eserlerinden oluşan "Zühdi Tuncay Komutanlığı" fotoğraf sergisi açıldı.