T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BİR İKTİDAR ARACI OLARAK PROPAGANDA

(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman

Prof. Dr. Abdullah Topçuoğlu

Hazırlayan
Ömer Miraç Yaman

2007 - Konya

ÖNSÖZ

Propaganda üzerine bir araştırma yapma isteği, esas itibariyle henüz İstanbul Üniversitesi'nde Sosyoloji bölümü öğrencisiyken gündemimize girmişti. Zira eğitimini aldığımız Sosyoloji bir disiplin olarak, bugünü ve geleceği toplumun ihtiyaçlarını dikkate almak suretiyle şekillendirmeye çalışmakta; dahası bunu bir yöntem analizinin ötesinde, zamanı ve insanı tanımlama gayreti ile sunmaya çalışmaktaydı. Dolayısıyla hangi tarihsel zamanı kapsarsa kapsasın, toplumların idare ve yönetimi üzerinde nasıl bir usul kullanılıyorsa bu gayet doğal bir şekilde sosyolojiyi de ilgilendirir olmakta, bu anlamda üzerine çalışmaya değer bir vasatı meydana getirmektedir.

Bu noktadan hareketle, özellikle 20. yüzyılla beraber bir toplum mühendisliği projesi haline dönüşen Propaganda merkezli yöntem çalışmaları, nihai tahlilde çağı ve toplumu okumaya niyetli her sosyal bilimcinin kaçınılmaz olarak karşısına çıkacağı bir gerçek olarak gelişmekteydi. Böylece enikonu belirlenmiş bir şekilde propagandanın hem tarihsel bir gelişim seyri üzerine esaslı bir bilgiye sahip olmak hem de günümüze yansıyan biçimleriyle bir yöntem izahını girişmek zorunluluk arz etmektedir.

Çalışmamızı bu minvalden hareketle yürütmeye gayret gösterdik. Elbette bunu yaparken pek çok farklı malzeme ve anekdottan faydalanmalı ve disiplinler arası bir geçişliliği mümkün kılacak farklı okumaları gerçekleştirmeliydik. Nihayetinde, günümüz siyasal sistemlerinden, bilime ve bilimselliğe, reklâm ve tanıtım sektöründen, eğitim ve kültürün biçimlenmesine değin pek çok toplumsal alanı kuşatan propagandanın ancak bu şekilde daha iyi anlaşılması mümkün olabilecekti.

Bu yönde çalışmalarımıza devam ederken öncelikle tez danışmanım sayın Prof. Dr. Abdullah Topçuoğlu Hocam'a, bu konu üzerine çalışma niyetimizi sosyoloji ile ilişkilendirebilmemizi mümkün kılacak bir ufku bana sağladığı için teşekkürü bir borç bilirim. Aynı zamanda çalışmaya başlama sürecinden çok öncelerine dayanan bir dostluğu mümkün kıldığımız ve bu satırları okuduklarında yüzlerinde ince bir tebessüm beliren, bütün yoğunluklarına rağmen yardım ve desteklerini esirgemeyen tüm kardeşlerime hâssaten şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **ii**
İÇİNDEKİLER ..... **iii**
GİRİŞ **1**
1. BİR İKTİDAR ARACI OLARAK PROPAGANDA **4**
2. GENEL OLARAK PROPAGANDA **14**
2.1. Kavramın Tarihçesi, Kaynağı ve İlk Kullanılışı **14**
2.2. Kavramın Tarihi Gelişimi ve Tanımı **17**
2.3. Propagandanın Amacı **27**
2.3.1. Stratejik Amaçlı Propaganda **28**
2.3.2. Taktik Amaçlı Propaganda **30**
2.3.3. Takviye Amaçlı (Destek) Propaganda **31**
2.3.4. Provokasyon Amaçlı-Tahrikçi Propaganda **33**
2.4. Propaganda ve Eğitim **35**
3. PROPAGANDANIN ÇEŞİTLERİ **39**
3.1. Kaynakları Bakımından Propaganda **39**
3.1.1. Beyaz (Açık) Propaganda **39**
3.1.2. Gri (Bulanık) Propaganda **40**
3.1.3. Kara (Sinsi) Propaganda **41**
3.2. Konusu Bakımından Propaganda **43**
3.2.1. Siyasi Propaganda **43**
3.2.2. Askeri-Silahlı Propaganda **46**
3.2.3. Kültürel Propaganda **48**
3.2.4. Ekonomik Propaganda **50**
3.2.5. Karşı Propaganda **51**
4. İKTİDAR VE PROPAGANDA İLİŞKİLERİNDEN TARİHSEL KESİTLER **53**
4.1. Eski Çağlarda Propaganda **53**
4.2. Eski Yunan'da ve Roma'da Propaganda **56**
4.3. Hıristiyanlıkta Propaganda **59**
4.4. Haçlı Seferleri Sırasında Propaganda **60**
4.5. Osmanlı Devleti'nde Propaganda **62**

4.6. I. Dünya Savaşı'nda Propaganda 65
4.7. Nazizm Propagandası 76
4.8. II. Dünya Savaşı'nda Propaganda 86
4.9. Soğuk Savaş Döneminde Propaganda 95
4.10. I. Körfez Savaşı'nda Propaganda 105
4.11. II. Körfez Savaşı'nda Propaganda 110
SONUÇ 118
KAYNAKÇA 121

GİRİŞ

Öncelikle şunu hemen belirtmeliyiz ki, sosyoloji ile propagandanın disipliner anlamda belirli kesişme noktaları var olmasına rağmen, araştırma boyunca kurmaya çalıştığımız ilişki büyük oranda sosyoloji ile toplum arasındaki kadim ilişki biçiminin izahına dönük bir gelişme çizgisini öngörerek biçimlenmiştir. Yani büyük oranda mevcut toplumsal yapının derinlikli bir analizi yahut ütopik bir toplumun inşasının imkanları üzerinde yoğunlaşan/sıkışan salt bilimsel sosyoloji çabasının ötesinde, topluma yansıyan dahası toplumu ilgilendiren ve belki bu özelliğiyle dışarıdan değil de içeriden bir değerlendirme yapmak suretiyle onu bilgilendiren bir çabayı mümkün kılmanın gayreti içerisinde olmaya çalıştık.

Bu sebepten araştırma boyunca, propagandanın genel olarak kavramsal çerçevesini ve bu ana kadar yaygın kullanış biçimlerini iktidar olgusu üzerinden hareketle bir açıklamasını yapmaya çalışarak, en genel hatlarıyla propagandanın izahına dönük bir çerçevede şekillendirmeye çalıştık. Nihayetinde, tarihin ilk dönemlerinden günümüze değin, neredeyse tüm devlet yapılanmalarında ve iktidar arayışlarında, siyasi erki güçlendirici ve hatta kimin zaman bizzat belirleyici bir konuma yükselmiş olan bir ikna vasıtasına olarak kullanıla gelmiştir propaganda. 19. yüzyıldan sonraki dönemde ise, propaganda hem daha sistematik bir hale doğru gelişme göstermiş, hem de iktidarı elinde bulunduran güç merkezlerince daha etkin ve sofistike bir şekilde kullanılır hale gelmiştir. Somut örneğini Birinci Dünya Savaşı'nda müşahhas olarak gördüğümüz, askeri propaganda yöntemleri hem tarihsel süreç içerisinde daha profesyonel bir yöntemi tanımlıyor hem de daha sonraki dönemlere dair siyasi yapılanmalar açısından propagandanın daha işlevsel bir rolünün mümkün olabileceğinin ilk sinyallerini veriyordu. Süreç gecikmeden bu kanaati haklı çıkarmış ve 20. yüzyılın tüm siyasi güçleri propagandayı, ciddi bir siyasi manipülasyon aracı ve de toplumları yönetmede devasa bir sindirme aygıtına dönüştürebilmenin kaygısıyla meseleyi bir ilmi silah haline dönüştürmüşlerdi. Netice, beklenilenin çok fevkinde bir başarıyı (!) adeta mümkün kılmıştı. Artık devletler ve toplumlar arası ilişkilerde dengeleri belirleyen yahut bozan bir güç haline dönüşmüştü propaganda. Bunun en somut örneğini neredeyse bütün bir dünya, radyo vericileri ve televizyon antenleri sayesinde 1945–90 arası dönemde iliklerine kadar yaşamıştır. Bugün gelinen süreç itibariyle artık propaganda, dünya

tarihine yön veren bir takım bileşkeler içerisinde hiç de gözden ırak tutulamayacak bir konumdadır. Bu zorunluluk hali ise, hem küresel anlamda ciddi bir tahakkümün halen hüküm sürdüğü böylesi bir vasatta, fert bazında herkesin daha dikkatli ve de bilinçli olması zorunlu kılarken, diğer taraftan tam bir haber ve reklâm bombardımanı altında istikamet krizine giren tüm zihinleri teyakkuz halinde tutma adına gerekli gözükmektedir. Böylesi bir durum, propagandanın tarihsel olarak ilk kullanılış dönemlerinden başlayarak amacı, yöntemi ve özellikle 21. yüzyılda teknolojik gelişmeler eliyle kazandığı son durum hakkında derinlemesine bir bilginin üretilmesini ve bu ehemmiyet halinden hareketle enikonu belirlenmiş dahası somut tezahürleriyle örneklendirilmiş bir propaganda bilgisinin varlığını önemli kılmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın genel anlamda oturacağı zemin böyle şekillenmiştir.

İletişimin ve özellikle medya kanalıyla bilgi aktarımının artık dünyada küresel bir güç olarak meydana çıktığı bir dönemde, propagandanın nasıl yönlendirildiği ve işlendiği daha öneme haiz bir hal olmuştur. Öyle ki artık, devletler bizzat siyasi, kültürel ve ekonomik çıkarları uğruna, propagandayı etkin bir yayıcı araç halinde, kimi zaman ise tüm insaniyeti aşan kayıtlarıyla bir silah olarak kullanılabilmektedir. Bu ise toplumsal alanda yapılacak her türlü analiz ve değerlendirmenin bu gerçekten bağımsız değerlendirilemeyeceği gerçeğini gün yüzüne çıkarmaktadır. Böylesi bir zaman diliminde, dünya üzerinde seyreden tüm hadiseleri okumak dahası yorumlayabilmek, propagandanın usulü ve yöntemini bilmeden elbette sağlıklı neticeler vermeyecektir. Bu çerçeveden hareketle propagandanın iyi bir kavramsal tahlili, tarihsel süreç içerisindeki konumlanışı ve gücümüzü yansıyan yüzleriyle ciddi bir değerlendirilişi, hem yaşanan siyasi ve toplumsal örnekleri daha kapsayıcı değerlendirebilmemizi, hem de muhtemel yaşananlar açısından ise daha dikkatli bir duruşu geliştirebilmemizi sağlayacaktır. Bu ise son tahlilde elbette insan teki ve devletler için oldukça iyi sonuçlar hâsıl edecektir.

Çalışmanın birinci bölümünde; iktidar, iktidar ve siyaset ilişkisi ve bu her iki bileşenin kesişme noktasında sürece dahil olan propagandanın nasıl bir rol üstlendiğine dair genel çerçeve çıkartılmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde, konunun kavramsal çerçevesinin çıkarılması için, daha önce konu üzerinde yürütülen tartışmalarda göz önüne alarak, teorik açıklamalardan yararlanılmış, bu gerçeklik üzerinden yeni gelişmeler ışığında almış olduğu yeni biçim değerlendirilmiştir.

Buradan hareketle üçüncü bölüm propagandanın çeşitleri üzerine geliştirilen ve uygulana gelen yöntemlerin teorik bir çerçevesi ile birlikte bir takım örnekler ışığında izahına girişilmiştir.

Son bölüm ise, propagandanın siyasi ve sosyal yönlerini dikkate alacak bir üslupla beraber, belirli zaman aralıklarında ortaya çıkan yöntemler değerlendirilmiştir. Bu yapılırken, öncelikle tarihsel dönemin önemli sayılan belli kırılma noktaları seçilmiş ve bu dönemler üzerinden hareketle nasıl bir propaganda usulünün izlendiği açıklanmaya çalışılmıştır.

1- BİR İKTİDAR ARACI OLARAK PROPAGANDA

İnsanın olduğu her zaman ve mekânda, toplumsal ilişkiler zincirinin doğal bir halkası olarak yönetmek-yönetilmek ilişkisi hep var olagelmiştir. Bu ilişkiler ağı bir zaman sonra, yönetim meselesinin hem felsefi yapısını belirlemiş, hem de kurumsal bir hüviyete bürünmesine yol açmıştır. Aslında insanlığın ilk dönemlerinden beri her medeniyet havzası, çağına ve zamanına uygun bir sosyal yapıyı inşa etme gayreti yanında, bir üst yapı olarak sayılan yönetim ilişkilerini de belirlemeden duramamıştır. Bu haliyle doğudaki kullanımı ile siyaset, batılı bir kavram olarak hayata geçen politika, bir toplumsal ilişkiler ağının çatısını teşkil eden kavramlar olarak var olmuşlardır. Siyaset kelimesi kökeni itibariyle, eğitim, yetiştirme ve düzenleme anlamlarını kapsayan bir çerçevede tanımlanırken, sosyal bilimcilerin kullanım olarak daha çok benimsemiş oldukları Politika'nın da Grek'ten neşet eden ve şehir yerel yönetimi, kamu düzeninin tesisi anlamına gelen 'Police'den türetildiği kabul edilmektedir. (Aydın, 1997 : 144) Siyaset bu anlamları itibari ile toplumsal ilişkiler üzerinde hep belirleyici ve dahası yönlendirici bir halde kendisini konumlandırmayı bilmiştir. Özellikle modern dönem olarak tanımlanacak 19. ve 20. yüzyıl boyunca, evrensel bir felsefi temele oturtulmaya çalışılan siyaset, bu çabada kavramların ve uygulamalarının neredeyse tamamını Batı'dan hareketle yaygınlaştırma yoluna gitmiştir.

İktidar ile ilgili şöyle bir tanım getirebiliriz; iktidar; belli bir fikir sistemi etrafında birlik olup teşkilatlanmış bir grubun para ve yeterli fiili gücü arkalarına alarak çoğu kez propaganda yöntemlerini de kullanmak suretiyle insanlar üzerinde bir yönetim kurma arzularının pratiğe aktarılmış halidir.

Weber, iktidarın sürdürülebilir kılınması için 'mecburi kontrol' adını verdiği bir yöntemin uygulanmasını gerekli görmektedir. Bu sayede; iktidarı elinde bulunduran mevcut yapıya karşı olan samimi ve içten bağlılık devam edecektir. Bu ise iktidarın sürekli olarak emir ve direktif üretmeye yönelik geliştirmiş olduğu ilişki biçimi hakkında yeterli izahı sağlamaktadır.

Anlaşılacağı üzere, siyaset ya da politika, toplumsal olanla ilgili her alanı kuşatan, en azından iddia olarak bunu içerisinde barındırmayı hedefleyen bir tanıma sahiptir. Burada hala sınırları tam olarak belirlenemeyen durum ise; siyasalın çizmiş olduğu çerçevenin sadece yönetimle yani 'Devlet' ile müşahhas hale gelip gelmeyeceği durumudur. Nitekim devlet en genel tanımıyla siyaset etme yani yürütme sanatı ve

bunun icra mercii ise, bu haliyle siyaset ancak mevcut bir bürokratik yapı içerisinde var olabilecek, dahası bu sınırların dışında herhangi bir nüfuz alanına sahip olamayacaktır. Böylece devlet siyaseti ile sivil siyaset gibi bir ayrım kaçınılmaz olarak doğmaktadır ki, asıl iktidar krizi de bu noktada baş göstermektedir. Siyaseti sadece parlamento dahilinde yürütülebilecek bir çaba olarak tanımlayıp, bu çerçeve dışarısında halkın istek ve taleplerinin gündeme gelmesine imkan tanımayacak bir siyasi yapılanma fikri, en nihayetinde kendi içerisinde totaliter bir yapının gelişmesinin önünü de alamayacaktır. Genellikle iktidar ile propaganda arasındaki kadim ilişkinin temelleri de gelip bu noktaya dayanmaktadır. Burada iktidarı elinde bulunduran siyasi irade bir zaman sonra iktidarı sırasında yaşadığı her türlü meşruiyet krizinde, bir çözüm ortağı olarak propagandanın kapısını çalacak ve çoğu kez bu ilişki biçimi halkı sindirmeye dönük bir şekilde pratiğe aktarılacaktır.

Siyasal alan, hem istenilen yönde sosyal bir yapının inşası için düzen sağlayıcı bir görevi yerine getirmekte, hem de iktidarın yapısı gereği sürekli bir biçimde yeniden üretilen bir kamusal işleyişi de tarz olarak benimsemektedir. Dolayısıyla; tarihsel değişim sürecinin bir gereği olarak ve dahası, üretim araçlarının değişkenliği, nüfus oranının yoğun artışı, küçük yerleşim birimlerinin daha kalabalık ve daha farklı bir sosyal yapıyı beraberinde getiren şehirlere doğru evirilmesi gibi değinilebilecek pek çok farklı gelişmenin toplumsala olan değiştirici baskısı ile de yeni bir forma bürünmek zorunda kalmıştır siyaset. Özellikle Reform ve Rönesans ile Avrupa'da yaşanan köklü değişiklikler, imparatorluklardan boşalan alanı dolduran derebeylik sistemi ile daha farklı bir merkezi yönetim biçimine ulaşılmış, siyasetin kurumsal yapısı ise yeniden tanımlanır bir hale gelmiştir. Tarihsel süreç göstermektedir ki; önceleri doğal bir durumdan hareketle, yaşanılan an'ı kontrol etmek ve yönetmek maksadıyla ortaya çıkan siyaset, sonraki aldığı biçimiyle salt bir iktidar sürecini hedef alan, bunun devamlılığı adına her türlü vasıtayı meşru kabul eden ve kaçınılmaz olarak, hileyi, aldatmayı, düzen kurmayı normal bir hak gibi gören bir bakış açısının yöntem olarak kabul edilmesiyle son noktasına ulaşmıştır. Mesela, krallık dönemi ile ilgili iktidar tanımı, bizatihi kralın kendi konumuyla izah olunabilecek kapsayıcı bir süreci beraberinde getirecektir. Kral, yönetimi altında idare olunan halkının hem kanun koyucusu hem mutlak uygulayıcısı, hem savaş kahramanı hem mutlak komutanı, hem bu konuda söz sahibi hem de mutlak hükümranıdır. Bu açıdan Tanrı olmasa bile, en basit anlamı ile Tanrının vekili ve

yeryüzündeki mücessem halidir. Neticede böyle bir iktidar her yönüyle kapsayıcı ve her alanı kuşatıcıdır. (Russell, 2002: 71)

Geleneksel iktidar biçimlerinde, Tanrısal ya da yarı Tanrısal özelliklerin hakim olması sebebiyle, propagandaya çok açık bir yön vardır. İktidarın doğrudan gelebilecek her türlü baskıyı bertaraf etmesi halinde, içeride tam bir otoriter hatta çoğu zaman totaliter bir havaya bürünen bir yönetim şekli ortaya çıkmaktadır.

Böylece, halkın ne söylediği çok önemli sayılmayacak, uygulamaya konan tüm icraatlar kutsal olanla ilgili iktidarın ayrıcalığından, kamuoyu onayı umursamadan bir propaganda makinesi işletilir hale gelecektir. (Russell, 2002: 77)

İktidarın, propaganda ile nasıl iç içe devam ede geldiğinin örneklerinden birisi de Roma dönemindeki 'Zafer' kutlamaları idi. Öyle ki tüm şehir bir araya toplanır ve savaşlar yoluyla elde edilmiş zaferler tam bir şölen havasında, tüm halkı heyecanlandıran ve de galeyana getirecek bir şekilde organize edilirdi. Özellikle Roma'nın fetihlerinin azalması ile birlikte bu zafer kutlamaları, kurumsallaştırılmış ve tarihe mal olmuş kavramlar ve olaylar her yıl müthiş bir propaganda şöleni halinde kutlanır hale getirilmişti. Arenalara toplanmış olan halk yığınları, hem sahnelenen oyunları ve tiyatral kurguları izlerken hem de oyun sırasında kimin kazanıp-kimin kaybedeceğini de bizzat karar vermek suretiyle propagandanın içselleştirilmesini, aynı zamanda kitlenin kendi kendisini propagandanın malzemesi haline getirmesi süreci yaşanmaktadır. Böylece kurumsallaşan bir iktidarın yine kurumsallaşmış bir propaganda yöntemi ile nasıl pekiştirilebileceğinin de iyi bir örneği yaşanmaktaydı Roma'da.(Canetti, 2006: 145)

Bu noktada propaganda, iktidarın en önemli yardımcı gücü olarak belirmiş, yürütülen her türlü siyasi faaliyette adeta bir manivela işlevi görecek şekilde kullanılması ile neticelenmiştir. Şu nokta da belirtilmelidir ki; iktidar ile propaganda arasındaki köklü ilişki özü itibariyle masumiyetten uzak, alabildiğine bir çıkar ilişkisine dayanmakta; bu sürecin getirmiş olduğu sonuçlardan hem iktidar odakları, hem de propagandayı yürüten gruplar bizzat faydalanmaktadırlar.

Özellikle 20.yüzyılın ikinci yarısından sonra medyanın ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisinin hissedilir düzeylerde arttığı bir dönemde iktidar ile propaganda ilişkisinin boyutları da yeni bir forma kavuşmuştur. Zira medyanın hadiseler üzerindeki böylesine geniş çaplı etkisinden önce, toplumun ileri gelen zenginleri ve hatırı sayılır simaları kanalıyla büyük oranda yürütülen toplumsal ahengi

sağlama çabasının yerini, tek başına gazeteler, televizyon kanalları ve hatta internet alır duruma gelmiştir. Dolayısıyla, toplum içerisinde soy ve zenginlik gibi iki önemli vasıfla ayrılan insanlar, yeni dönemde hem ekonomiye yön veren, hem siyasette söz sahibi olunmasını sağlayan sihirli iletişime kapı aralamışlardır. Neredeyse dünyadaki kitle haberleşmesinin tamamına yakını yine bu dev aile şirketlerinin sahipliğinde çalışmaktadırlar. İktidar ile medya arasındaki tamamen çıkar ilişkisine dayalı olarak sürüp giden bu ilişki biçiminde propagandanın mağduru yine geniş halk kitleleri olmuştur. İktidar, kendisinin onay vermediği yahut iktidarını sıkıntıya sokacak herhangi bir haberin yaygınlık kazanmasın önünü bu sayede alacak, ekonomiye yön veren büyük şirketler de, kendi isteklerinin hükümet kanadında kabul görmesi için yine medyanın yalan, rüşvet, aldatma, şantaj yöntemlerini devreye sokacaklardır. Nitekim 1990 yılından sonra, dünya medya piyasasının neredeyse tamamı dokuz televizyon kuruluşu ve onların arkasındaki dokuz şirket tarafından kontrol altına alınmıştır. (Chomsky, 2006: 17,105)

Aslında bu süreç, siyaset kurumunun tarihsel olarak içersinde barındırmış olduğu lakin modern zamanlarda daha güçlü bir şekilde uygulanır hale gelen, siyasetin her durumda mutlak hakim olma iddiasını daha da perçinlenmesine imkan sağlamıştır. Bu süreç siyaset kavramı açısından ontolojik bir kırılmayı kaçınılmaz kılmış; nihayetinde toplumdan neşet eden ve yine büyük oranda toplumsalın belirleyici olduğu bir siyaset anlayışı yerini, iktidarı elinde bulunduranların çerçevesini büyük oranda belirleyip topluma lanse ettiği ve böylece istenilen yönde şekil değiştirip, pragmatist bir hüviyete bürünebilen bir siyaset yapısının oluşmasını mümkün kılmıştır. Bu en genel anlamıyla formülleştirilen "halka rağmen halk için" söyleminin yürürlüğe konmuş halini temsil etmekteydi. (Aydın, 1997: 154)

İktidar en temelde; kişilerin yahut toplumun belli konularda kendi istek ve arzularının doğrultusunda ortaya koymuş oldukları, süreklilik arz eden bir gerçekleştirme ve var kılma olgusudur. Bu ise, iktidara yönelik olarak plan kuran ve bu planlardan hareketle bir toplumsal pratik öngören her türlü yapıyı, neşet ettiği ve dayanmış olduğu fikri temellerinden bağımsız düşünerek yapabilecek bir hadise olarak düşünülemeyecektir. Nihayetinde iktidarı bir eylemlilik süreci olarak düşünen her oluşum, ancak hem hedeflerini hem de var oluş/çıkış noktalarını dikkate alarak bir iktidar yapısını oluşturabilecektir. (Bottomore, 2002: 629)

Tarihsel zaman diliminin her bir kesitinde toplumsal bir gerçeklik olarak ortaya çıkan iktidar ve bölüşümü meselesi; 20 yy.'la birlikte yeni toplumsal kuramları da içerisine katarak varlığını devam ettirmiştir. Öncelikle siyaset alt yapıları ile bu varlığını idame ettirmiştir ki; meclisler, siyasi partiler ve sistematik bir bürokrasi geleneği, sonrasında ekonomik, küresel bir pazar oluşumu, dev şirketler, borsa ve serbest ekonomik pazar uygulamaları ve statü, köklü aileler, medya tröstleri, yerel liderler ve bir takım toplumsal ara yöneticiler sayesinde, iktidarına yeni paylaşım biçimlerinin farklı görüntüleriyle hayatiyet kazandırmıştır.

Dolayısıyla yukarıda sayılan bütün siyasal kurumlar, aynı zamanda etkin ve güçlü bir iktidarın mümkün kılınabilmesi aşamasında birer propaganda malzemesi olmaktan uzak kalamamışlardır. Sonuçta büyük oranda propagandanın desteğini arkasına alan böylesi bir iktidar kendi bünyesinde içkin olarak, mutlak ve tahakkümcü bir denetim; sürekli ve kesintisiz bir bağımlılık ve bazılarının diğerlerine rağmen daha eşit sayıldığı sürdürülebilir bir eşitsizlik öngörür ve hayatiyetini de ancak bu şekilde muhkem kılabilecektir. (Bottomore, 2002: 633)

Siyasal alan ile iktidarın bir bileşke olarak kesişmesi neticesinde ortaya çıkan resmî propagandanın neticede varacağı son durak, otoriteyi öngören bir sosyal yapının vücut bulması olacaktır. Bu açıdan otorite sahibi olmak, otoriteyi elinde bulundurmak, iktidarın yegane amacı haline dönüşmüş, toplumların ehlileştirilmesi sürecinde tam bir otoriteryan yöntem kullanılması kabul edilir olmuştur. Otorite yani auctoritos kavramı Roma'da ve ortaçağ boyunca kullanılışı açısından; kendisine itimat edilen yahut itimat edilmesi için hakkında vazgeçilmez gerekçeleri bünyesinde barındıran özel bir statü ya da hakka sahip olmayı ifade edecek biçimde kullanılmıştır. Bu süre boyunca, toplumdan bazı yönleriyle ayrışmış; bu farklılığı ya herhangi bir konuda ilk olmaktan, ya da ilahi-kutsal olan ile farklı bir birlikteliği olduğundan sebeple şekillenmiştir. (Bottomore, 2002: 637) Otorite kendi içerisinde yeknesak bir bütünlüğü tastamam sağladığı için, otoritenin sorgulanması yahut niteliğinin soru konusu yapılmasının önüne geçebilmek için iktidar propagandaya başvuracaktır.

Nitekim otoriteye sahip olma hakkı, benzeri bir şekilde tarihsel dönemlerin her birinde değişiklik arz etmiştir. Bilinen kayıtlara göre kabaca bu otorite, tarihin ilk dönemlerinde filozof ve bilginlere, ortaçağ boyunca kiliseden gücünü alan ruhban sınıfı ve din adamlarına, modern dönemde ise bilim adamlarına ve seçkin bir yöneten sınıfa

atfen bir değişim süreci geçirmiştir. Bu değişim süreci aslında, tarihsel olarak iktidarın ne yönde bir değişime uğradığını da izah etmektedir. (Bottomore, 2002: 637)

Bunun çok tipik bir örneğini Batı Avrupa siyasi tarihinde yakından gözlemlemekteyiz. Nitekim ortaçağ boyunca Avrupa'da hakim olan sosyal ve siyasal yapı, büyük oranda bir kapalılığı temsil etmekteydi. Kilisenin yegane söz sahibi olarak halkın üzerinde kurmuş olduğu iktidar, tam manasıyla otoriter bir yapıyı arz ediyor; rahipler ve papazların toplumun tek karar mercii ve söz sahibi konumunda olmalarını beraberinde getiriyordu. Aydınlanma dönemi ile kırılan bu sosyal yapı yerini alabildiğine akılcı ve pozitivist bir topluma bırakıyordu; kutsalın yerine bilim, rahibin yerine bilim adamı, kilisenin yerine üniversite, İncil'in yerini tezler almakta, kralın iktidarı meşrulaştıran taç giydirme merasimin yerini mezuniyet ile kep giydirme ve diploma töreni ile simgelemekte, toplumsal hafıza adeta yeniden kodlanmaktaydı. Nitekim bu kuşağın geç dönem temsilcilerinden Comte, yaşanan bu süreci 'halkın yeni bilimsel önderlerine bağlılığı ilahiyat aşamasındaki, muhakeme yürütmeden rahiplere itaatten çok farklı bir nitelikte olacaktır' şeklinde tanımlarken, aslında yeni dönemin felsefesini özetleyecektir.

Yeni dönemin sembol kavramları olan 'düzen ve ilerleme', otoritenin farklı bir mecrada yeniden kurumsallaştırılmasından öte bir şeyi temsil etmemekteydi. Nitekim iktidarının mutlak doğru olduğunu propaganda ederken Kilise, Kutsal'ı ne derecede su-i istimal ediyorsa, modern zaman iktidarları-siyasetçileri de iktidarlarını meşrulaştırırken o derecede bilimin ve bilimselliğin ardına sığınacak; sistem, tıkandığı her noktada bilim adamlarının marifetli elleriyle tekrar yoluna sokulacaktır. (Bottomore, 2002: 637-653)

İktidar; en nihayetinde söz sahibi olmak istediği kitle üzerinde belli yöntemleri kullanarak arzu ve gayelerini gerçekleştirmek yoluna gidecektir. Bunu gerçekleştirirken; a) fikrî b) fiziki açıdan belli güç yöntemlerini kullanarak propaganda sürecini şekillendirmeye çalışacaktır. Örneğin hapsetmek, işkence etmek yahut öldürmek, iktidarın şiddete meyyal bir yönü olarak belirlenirken, kandırmak yahut istenilen yöne kitlelerin dikkatini yaygınlaştırma adına ödül-ceza yöntemine başvurmak ve hatta fikirlerin üzerinde mutlak bir tahakkümü baskın kılma adına topyekun bir propaganda yöntemini uygulamak da fikri bir baskı yöntemi olarak hayatiyet bulabilmektedir. (Russell, 2002: 34)

Russell'in iktidar biçimlerini tanımlarken değinmiş olduğu "yalın iktidar" kavramı, iktidar ve propaganda arasındaki köklü ilişki biçiminin 20. yy ile birlikte

girmiş olduğu yeni sürecin izahına yardımcı olmaktadır. Russell kasap ile koyun arasındaki ilişkinin, istila edici bir ordunun yenilen bir millete reva göreceği davranışların yahut aranan suikastçıları yakalayan güvenlik güçlerinin iktidarlarının, hep aynı iktidarı mümkün kılacak bir biçimde gerçekleşeceğini anlatmaktadır. İktidar açısından, yönetilen kitlenin her yapılana ya da söylenilene hazır bir hale getirilmesi süreci de benzeri bir yaklaşım biçiminin tezahürüdür. Modern iktidar, doğası gereği her emredilene, mutlak bir adanmayla "evet efendim" diyecek bir kitleye özlem duymaktadır. Kitlenin böyle bir bilinç haline ulaşabilmesi için, bir terbiye metodu olarak propagandanın devreye girmesi kaçınılmaz olmaktadır. Çoğu zaman duygular ve illaki düşünceler üzerine çok sistemli bir şekilde yürütülecek olan propaganda usulleri, zamanla kitlenin amade kılınabileceği bir süreci mümkün hale getirecektir. Böylece kitle; hem kasabın önünde boylu boyunca yatan koyun misali sessizce beklemeye alışacak, hem de ayı oynatıcısının elindeki deften çıkacak her ritimde istemsiz bir şekilde oynamaya başlayan ayı misali her emre açık hale gelecektir. Aslında modern iktidarın son aldığı biçim ayı terbiyecisinin ayıları eğitirken uyguladığı yöntemlerin, kitle üzerinde adeta adım adım uygulamaya dönük olarak gelişmesinden ibarettir. (Russell, 2002: 79)

Bilindiği üzere ayı terbiyecileri, yeni doğmuş ayı yavrularını öncelikle kendilerine alıştırmak suretiyle eğitime başlarlar. Bir müddet sonra, kızgın bir sac üzerine ayı yavrusu arka ayakları üzerinde konulur ve elleri havada tutulmak suretiyle sürekli yanında def çalınarak yavru ayı sacın üzerine tekrar tekrar bırakılır. Zamanla istemsiz bir şekilde duymuş olduğu def sesi ile ayaklarını sıcaktan yakan kızgın sac arasındaki zorlayıcı ilişkiyi kuran ayı yavrusu, artık her def çalınışında yanacağı vehmine kapılarak oynamaya başlayacaktır. Terbiyecinin son yapacağı iş ise, kıvama gelmiş olan ayının burnuna esaret halkasını takmak ve her istediğinde sahne almasını sağlamaktır. 20. yüzyılın başlarında söz sahibi olan totaliter iktidarlar benzeri bir yöntemi halklarına uygulamak suretiyle bir otorite ve bağımlılık ilişkisini var kılmaya çaba harcamışlardır. Totaliter yönetimler, kitleyi önce kendisine alıştıran, daha sonra pek çok cebri yöntemle fiziksel ve ruhsal olarak kontrol altına alan ve liderin tek bir işareti ile aynı yöne doğru ve belirlenen emri yerine getirmek üzere hareket eden milyonlarca insan meydana getirmişlerdir. İleriki bölümlerde sıkça değinilecek olan Hitler Almanya'sında, Mussolini İtalya'sında, Stalin Rusya'sında durum bundan farksız bir şekilde cereyan

etmemiş ve belki de iktidar ile propaganda ilişkisinin tarihsel anlamda en kanlı birlikteliği böylece sahnelenmiştir.

20. yy'da iktidar olabilmek, sadece askeri ve iktisadi bir üstünlükle sağlanabilecek bir hal olmasının ötesinde, iktidara etki edebilecek başka verileri de göz önünde bulundurmayı zorunlu hale getirmekteydi. Özellikle 20.yüzyılla birlikte yaygın bir hal alan halk eğitimi, hem kitlelerin daha fazla bir sorgulama sürecine girmelerini mümkün kılıyor, hem de artan ve değişen pek çok fikrin insanların hayatları üzerinde farklı yansımalarının görülmesini beraberinde getiriyordu. Dolayısıyla iktidar, bizatihi varlık sebebi sorgulanan, değişik biçimleri tartışılan ve mutlak egemenliğini yitirmesini sağlayacak yeni dönemde daha dinamik ve teyakkuz halinde olmak zorundaydı. Birinci Dünya Savaşı'nın kazanılmasını sağlayan yegâne etkenlerden biri olan kitle propagandası, artık çok daha incelikli yöntemleri kullanarak halka uygulanmalıydı. (Russell, 2002: 125)

Bu sebepten iktidar, halk üzerindeki gücü ve etkinliği devamlı kılabilmek için resmi propagandayı bir yöntem olarak uygulamaya koyacaktır. Resmi propaganda ile iktidar, nihai olarak muhalefetin tüm söylemlerini bertaraf etmeyi planlayan bir söylemi geliştirmeye çalışacaktır. Bundan sonraki aşamada ise, toplum içerisinde, iktidarı sorgulayacak yahut eleştiri üretebilecek hiçbir çatlak sese müsamaha göstermeyecek bir zinde tavrı uygulamaya gayret edecektir. Lakin resmi propaganda uygulayıcılarının en sonunda mutlak bir totalitarizme kayan bu yaklaşım biçimleri, muhalefetin susturulmasıyla aslında iktidar açısından sürecin kendi üzerlerine adeta bir silah gibi doğrulmasını ve karşı propagandanın muhatapları olmaları ile neticelenecektir. Zira resmi propaganda, büyük oranda yalanı alabildiğine ve sınırsız kullanma üzerine kuruludur. Eğer resmi propagandanın yalan silahını dengeleyecek bir muhalefet propagandası (muhalefet yalanları) yok ise sonunda propaganda sarmalı iktidarın bizzat kendi meşruiyeti ve devamlılığı hakkında ciddi sorunlara yol açabilecektir. Burada hatırlanması gereken en iyi örnek, II. Dünya Savaşı sonlarına doğru Nazi iktidar propagandasının almış olduğu ağır yenilgidir. Zira, Naziler, iktidarlarını alabildiğine bir 'yalan' propagandası üzerine hiç çekinmeden, dahası neticesini hiç düşünmeden inşa etmişlerdir. Bu durum, bir zaman sonra, yani iktidarın kan kaybettiği ve gücünün azaldığı bir dönemde yöntem olarak propagandanın geri tepmesini ve habis bir ur gibi iktidarı kemirmesini kaçınılmaz kılmıştır. (Russell, 2002: 135)

İktidar ve buna bağlı olarak gelişecek olan otorite, neredeyse her aşamasında bir 'emir'ler zinciri ile sürekli ve yaşanılır kılınabilecektir. Ancak bu şekilde ardı arkası kesilmeyen bir propaganda yöntemi, iktidarın varlık sahasını muhafaza etmesinde kendisine yardımcı olacaktır. İktidar, yönetimi altında hayat sürdüren her bir ferdini, çok küçük yaşlarından itibaren bir itaat sarmalının içerisine çekerek, böylece bir emir-komuta zincirini mümkün kılacak bir hayatı oluşturmaya çalışacaktır. Bu süreç zamanla derin bir alışkanlığı oluşturacak, kişi hiç farkına varmadan bir sonraki emri can kulağıyla dinlemeyi bekleyen suskun ve itaatkar bir insana dönüşecektir. Kelimenin tam manasıyla, sürekli emir almaya şartlandırılmış ve her aldığı emir ile vücudunun her bir zerresinde iktidarın derin ve ince 'sızı'sını hisseden fertler, nihayetinde susacak, ve 'suskun toplumu' inşa edeceklerdir. (Canetti, 2006: 59)

İktidarın bir propaganda aracı halinde kullanılması sürecinde sabır ve gizlilik ilkeleri öncelikli yere sahiptir. İktidarın inşa sürecinde ve devamlılığını sürekli kılma aşamasında, propagandanın sabırla örülmüş bir şekilde işlenmesi önemlidir. Zira sabır, kararlı bir bekleyişin adıdır; yoksa beyhude bir zorunluluk halini temsil etmemektedir. Bu açıdan iktidar, propagandanın her aşamasında mutlaka kontrollü bir sabır politikası benimsemeli ve bir sonrasını hatta ve hatta birkaç adım ötesini kestirebilecek bir kararlı bekleyiş örneğini sergilemektedir. Propaganda açısından benzeri bir öneme gizlilik ilkesinin hayata geçirilişinde tanık olmaktayız. İktidar, mutlak bir söz sahibi olma ve yegâne/tek hâkimin yine kendisi olabilme durumunu içerisinde barındırdığından ötürü, bir başka kişi yahut kurumun iktidarına ortak olma girişimlerini bertaraf etmek için sürekli plan üretip-uygulamalı ve bu konuda da kimse tarafından bilinemeyecek bir usulle hareket etme zorunluluğunu da aklından çıkarmamalıdır. Dolayısıyla, güçlü bir propaganda aygıtına dönüşen 'yüce iktidar'ın alabildiğine gizli bir yöntemi takip etmesi de kaçınılmazdır. Uygulamaya koyduğu her plan ile ilgili olarak gizliliğini koruyacak olması, beraberinde iktidarın gizemli bir propagandif yönünün de oluşmasını sağlayacaktır. Neticede her iktidar, gizem/giz üzerine bir örnekliği inşa etmeye çalışacak, bu durum da iktidara talip olanlar ya da iktidar altında bulunanlar için iktidarın özüne dair her zaman bir sakınma halinin ve çekincenin diri kalmasını beraberinde getirecektir. Propaganda, iktidarın bu yönüne ağırlık verebilecek bir tarzda genellikle, kitleleri sindiren/susturan bir fonksiyonu benimsemiş, bu bilinmezlik hali iktidarın sürekliliğini sağlama ve iktidarı sağlama alma konusunda kullanıla gelmiştir. (Canetti, 2006: 297–298) Modern siyaset döneminde, 'devlet sırrı' kavramsallaştırması

ile iktidarın gündemine oturan mesele, bizatihi iktidarın gizliliği ve bu gizliliğinden doğacak sorgulanamaz (bazen de kutsal) yönünün öne çıkartılmasına dönük yürütülen bir propagandadan başka bir şey değildir. Zira halkın iktidara, herhangi bir şekilde de olsa asla ulaşamaz oluşu hali bu sayede meşru bir zemine de oturtulmuş olacaktır.

Propaganda yöntemi ile iktidarı sağlamlaştırma yöntemlerinden birisi de emir ile yönetme biçimidir. I.Dünya Savaşı sonrasında Prusya, Almanya, İtalya başta olmak üzere dünyanın pek çok bölgesinde iktidarı ele alan totaliter/faşist kaynaklı yönetimlerin genel ve ortak özellikleri net/kesin bir emir komuta zincirine dayalı bir yapı arz etmiş olmalarıdır. Nitekim toplumların tek bir hedefe doğru ve topyekûn bir halde tam bir senkronizasyonu sağlayarak yürümelerinde emir ve emre itaat önemli bir yere sahiptir. Nazi Almanya'sında tam bir propaganda iktidarına dönüşen Nasyonal-Sosyalist yönetim, iktidarda bulunduğu tüm zaman dilimleri boyunca yukarıdan aşağıya doğru sürgit devam eden bir emirler zincirini işletmiştir. Almanya gibi diğer totaliter yönetimler altında yaşayan halklar da "cellâdına âşık olan idamlık" misali aldıkları her bir emir ile iktidarın propaganda sarmalı içerisinde daha fazla bir boyun eğişe ve daha tutkulu bir kabullenişe doğru sürüklenmişlerdir. Nitekim otoriter-totaliter her yönetimin arzulamış olduğu asker toplum tipine en uygun propaganda yöntemi de böylece kendiliğinden, çok doğal bir şekilde birbirini sürekli takip eden emirler zinciriyle hayatiyetini sağlamıştır. Öyle ki, tek başına bir insan ya da toplum bir kez emir almayı içselleştirdi mi, artık onun önü alınmaz bir hal alacak ve süreç iradesi tamamen ipotek altına alınmış ve her yapacağı hareketi ile ilgili sürekli bir telkini yahut yönlendirmeyi bekleyen bir toplumun oluşmasına dönüşecektir. (Canetti, 2006: 308)

Bu açıdan Cannetti'nin deyişiyle "özgür insan kendisini emirlerden, o emri aldıktan sonra kurtaran kişi değildir, bu emirleri nasıl savuşturacağını bilendir." (Canetti, 2006: 309)

2- GENEL OLARAK PROPAGANDA

2.1- Kavramın Tarihçesi, Kaynağı ve İlk Kullanılışı

Propagandanın, bir kavram olarak tarihte ilk kez kullanılması 17. yüzyılda söz konusu olmuştur. Propagandanın bu kullanımından çok daha öncelere, ilk insanın yaratılış tarihine değin bir yolculuğa çıktığımızda, adı henüz konmamış olsa dahi yöntem olarak propagandanın pek çok devlet tarafından ve kimi liderler yahut komutanlar eliyle defaatle kullanıldığına şahit olmaktayız. Örneğin, tarihsel olarak Roma İmparatorluğu döneminde böylesi bir propaganda yönteminin uygulanışına çokça tanık olmaktayız. Bu maksatla bizzat hükümdar Neron tarafından gençlerden oluşan ve sayıları beş bini bulan 'augustales' adında bir örgüt kurulmuş; imparator, bu propagandacı teşkilatın görevini de bizzat büyük arenalarda ve sirklerde toplanmış halkı galeyana getirmek ve aslanların önünde parçalanmaya terk edilen Hıristiyanlık bağlılarının öldürülmeleri için tezahüratlar yaparak kitleyi coşturmak olarak belirlemişti.(Clews, 1972: 13) İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinden, bir kavram olarak propagandanın ilk kez kullanılışına kadar geçen süre içerisinde propaganda yöntemi, bir siyasi manipülasyon aracı, bir iktidar aygıtı olarak sürekli kullanılagelmiş, tarihe mâl olmuş pek çok imparatorluk yahut devletin ayrılmaz bir yönetim enstrümanı olarak görevini ifa etmiştir. Propaganda kavramının bugünkü anlamıyla ilk kez kullanılması için ise Avrupa'da Reformasyon dönemini beklemek gerekmekteydi. Reformasyon dönemi nihai tahlilde Avrupa'nın siyasi ve dini anlamda köklü bir değişikliğe doğru evirilmeye başladığı bir zaman dilimini temsil etmektedir. Bu süre boyunca, Hıristiyanlığın hâkim mezhebi olan Katolikliğe karşı dinin yorumlanması meselesinden hareketle adeta topyekun bir saldırı başlatılmıştır. Elbette ki süreç, sadece mezhebi bir yorum farklılığını ifade etmiyordu. Neredeyse tüm Avrupa'nın siyasi ve toplumsal anlamda üzerine bina edilmiş olduğu kilise inancını sarsan bir sonucu da beraberinde taşımaktaydı. Bu süreçte kiliseye karşı yürütülen bu değişim projesinin merkezinde mezhebi anlamda lideri pozisyonunda Martin Luther ve onun kurucusu olduğu Protestanlık mezhebi bulunmaktaydı. Süreç böylece tamamlanmış oldu ve yeni dönemde artık kilise ilk ve son sözün mutlak sahibi olmayacak böylece Avrupa'nın içtimai hayatı toptan bir değişime sürüklenecekti. Bu süreçte elbette Kilise'de boş durmayacaktı. Nihayetinde Protestanlık, ortaya attığı yeni din anlayışı ve kiliseden bağımsız Hıristiyanlık tezleriyle kiliseyi bazı konularda tedbirler almaya zorlamıştır.

Çünkü Protestanlık, kısa bir zaman zarfında, kilisenin baskı ve tahakkümünden bunalmış kitleler arasında "insanı ve imanı özgürleştirme" fikirleriyle ciddi bir yaygınlık kazanmış ve çok sayıda insanı yanına çekmeyi başarmıştı. Dini anlamda kabuk değiştirmeye hazırlanan Avrupa, bir de ilim-sanat ve tabiat üçgeninde yeni bir arayışın temsilcisi olarak ortaya çıkacak olan Rönesans'la uğraşmak durumundaydı. Rönesans, toplumun ve kültürün yeniden tanımlanışını ve buna bağlı olarak da yeniden bir toplumsal doğuşu temsil etmekteydi. Hem Reformasyon süreci hem de Rönesanssın derin etkileri, dönemin yegane otoritesi konumunda olan Katolikliği ve kurumsal anlamda kilise kurumunu zor durumda bırakmış, dahası dinin ve dinden hareketle oluşturulmuş olan güç ve iktidar ilişkilerini toplum nezdinde zayıflamasına yol açmıştı. Bunun üzerine Kilise hemen duruma vaziyet etmiş ve Papa XV. Greguar başkanlığında ruhban sınıfı; etkisi azalan kilise otoritesinin yeniden tesisi ve hem reform hem de Rönesans hareketlerinin toplum üzerindeki menfi etkisinin savuşturulması adına propaganda ile mücadele edilmesi kararına varmışlardır. (Bahşi, 1977: 264–266)

Böylece "propaganda" terimi ilk kez 1622 yılında Roma Katolik Kilisesi tarafından oluşturulan "Sacra Congretio de Propaganda Fide", yani "İmanı-İtikadı Yayma Cemiyeti"nin kurulması ile tarihteki yerini almıştır. Terimi, Oxford sözlüğü, 'bir doktrin ya da uygulamayı yaymak için desteklemek ya da tasavvurda bulunmak' olarak tanımlar. Kökeni itibariyle kelime Latince'den doğmuş, bahçıvanın taze bir bitkinin filizlerinin yeni bitkiler üretmek için (bu yeni bitkiler kendi hayatlarını yaşamaya başlayacaklardır) toprağa dikilmesi anlamına gelen 'propagare' kelimesinden türetilerek oluşturulmuştur. (Brown, 1992: 11)

Yeni dönemde öncelikli olarak reform hareketine karşı propaganda ile karşılık verecek olan İtikadı Yayma Cemiyeti esas olarak üç ana şubeden oluşmaktaydı. Birinci şubenin vazifesi, dua kitaplarını gözden geçirmekti. İkinci şube ise, yabancı memleketlerdeki piskoposlardan diğer din görevlilerinden memurlardan gelen raporları tetkik etmekteydi. Üçüncü ve en önemli şubenin işi ise propagandaya dayanan dini teşkilatların nizamnamelerini kontrol etmekti. Üçüncü şubenin vazifesi bugünkü propaganda teşkilatına çok yakın olan bir vazife idi.

Bu çalışmalara destekleyecek mahiyette çok geçmeden propaganda maksadıyla papalık tarafından bir kolej kurulmuştu. (Mutlu, 2003: 107–108)

Kurulan bu koleje de, fikrin mimarı olan VII. Urban'ın adı verilmişti: Collegium Urban. Kolej, öncelikle Katoliklik dışındaki her türlü mezhebin toplum üzerinde nüfuz

elde etmesini önleyecek, aynı zamanda katolisizmin yeniden güçlü bir propaganda usulüyle kitleler açısında tekraren cazip hale getirilmesini sağlayacaktı. Bu açıdan kolej, Reform'a karşı yürütülen 'karşı devrim'in kalesi pozisyonunda olacak, özellikle Katolikliğin yaygınlık kazanması için yabancı dilde eğitime aşırı derecede önem verecektir. Bu kolejden yetişen rahipler gerek Avrupa'da gerekse birbirinden bağımsız çoğu ülkede propagandayı kullanarak etkin bir faaliyet politikasını takip etmişlerdir. Öyle ki; daha ortaçağın son dönemlerine değin pagan bir dini anlayışa sahip olan Britanya'nın Hıristiyanlaştırılması sürecinde, bu kolejin ve kolejden mezun olan din adamlarının önemli katkıları olmuştur. Bir bakıma Britanya Örneği, rahipler açısından aslında eğitimini aldıkları propaganda yöntemlerinin de iyi bir pratik ile uygulanışına da imkân vermekteydi. O güne değin Britanya'da kabul gören dört büyük pagan kabile mevcuttu. Bu kabileler, yılın neredeyse tamamını birbirleriyle savaşarak geçirmekte, bir ayında ise panayır ve eğlencelerle hem ticaret yapıp hem de eğlenmekteydiler. Britanya'ya ilk gelen Hıristiyan misyonerler, teslis'in güzelliklerinden bahsetmişler ve pagan kültürün ne kadar kötü olduğunu anlatmak suretiyle bir propaganda yolunu benimsemişlerdir. Lakin Pagan inanışın –çok tanrılı anlayış- toplum için çok ciddi bir ekonomik gelir imkânı da sağladığını fark edemeyen ilk misyonerlerin aksine, kolej mezunu rahipler daha uzun bir sürece yayılmış bir dönüşüm yöntemini uygulamaya çalışmışlardır. Propagandalarında usul olarak, öncelikle pagan tanrılarına çok ilişmeden, toplum içerisinde Hıristiyanlığı ve onun teslis inancının ne manaya geldiğini anlatmaya başlamışlardır. Hıristiyanlık zamanla toplumun belli kesimlerinde kabul görmüş Ada'nın ekonomik ilişkilerinde de söz sahibi olmaya başlamış, böylece adım adım paganlığın yerine kendisini kabul ettirmeyi başarmıştır. Tabii ki bu süreçte, Hıristiyanlıkta felsefi manada ciddi ödünler vermekte, pagan Tanrı ve Tanrıçaların yerlerine Hıristiyan Aziz ve Azizeler ikame edilmekteydi. Nihayetinde kolej, propaganda yöntemlerini öğreterek dünya'nın dört bir yanına göndermiş olduğu rahipleri vasıtasıyla ilk zaferini Britanya'da elde etmiş olacaktı.(Bektaş, 2002: 79; Domenach, 1995: 9-10)

Yine bu bağlamda, İngiltere'nin ilk gazetesi olan Weekly News'in "İtikadı Yayma Cemiyeti"nin kuruluşu ile aynı yıl yayına başlaması da bir hayli düşündürücüdür:

Nathaniel Butter günün tüm haberlerini tek yapraklı düzenli bir haftalık yayında kendine ait bir isimle yayınlayan ilk kişi oldu. Butter, Weekly News'i 1622'de yayınladı. İlk gazetenin İngiltere'de 1622 yılında çıkmaya başlamasının üzerinden

henüz dokuz yıl geçmişken, Fransa'da Kardinal Richeliev'un himayesinde Gazete adıyla yeni bir gazete daha çıkarılmaya başlandı. (Özsoy, 1998: 48)

2.2 Kavramın Tarihi Gelişimi ve Tanımı

17. yüzyılda ilk kez kullanılışından I. Dünya Savaşı sonrasında kurumsal bir yöntem hüviyetine kavuşuncaya değin propaganda daha çok savaşlarda ve siyasi iktidarın devamlılığını sağlamada yardımcı bir konuma sahipti. Bu açıdan propagandanın, geniş halk kitlelerinde çağrıştırmış olduğu anlam hiç de sempatik ve olumlu gözükmemekteydi. Zira savaşlarda insanların ölmelerini kolaylaştıran bir usul olarak yahut siyasi alanda aldatmaya ve mutlak bir güç kullanımına imkân sağlayan bir vasıta olarak propaganda genelde toplumların aleyhine bir yöntem kullanılmaktaydı.

Savaş gibi propaganda da neredeyse tamamen hileye dayalı bir yöntemi benimsemektedir. Savaş tarihinde 'psikolojik savaş' başlığı altında yürütülen tüm faaliyetler bu yöntemsel benzerliğin hangi boyutlarda seyrettiğini bize göstermektedir. Savaş literatüründe 'psikolojik savaş' adıyla yer alan yöntem, propagandanın bir alt birimi şeklinde planlanmış ve hem savaş sırasında hem de savaş sonrasında, düşmanın moral yönünden çökertilmesini, kendi tarafının ise moral motivasyonunu pekiştirici bir çabanın ortaya konulmasını tanımlamaktadır. Dolayısıyla tarihsel açıdan propaganda kavramı, savaş tarihiyle birlikte anılır olmuş, önemli bir savaş usulü olarak benimsenerek uygulanmıştır.

Bu ilişkinin hangi boyutlarda gerçekleştiği ile ilgili olarak I. Dünya Savaş'ından sonra yürütülen propaganda faaliyetlerine bir göz atmamız, konunun anlaşılması bakımından yeterli olacaktır. Örneğin, II. Dünya Savaşı'ndan önce 1937 yılında Hadley Cantril'in başkanlığında kurulan Propaganda Analizi Enstitüsü (Institute of Propaganda Analysis) propagandanın yeni dönemde üstleneceği önemli rolleri planlamak ve geliştirmek maksadıyla Edgar Dale ve Leonard Doob gibi sosyal bilimci ve propaganda teorisyenleri tarafından kurulmuştu. (Özsoy, 1998: 189) I. Dünya Savaşı'nın kazandırmış olduğu propaganda tecrübeleri sonrasında adeta pratiğin örnek bir teorisini gerçekleştirmek için yola çıkan J. Ellul bu süreci şöyle izah eder:

"İnsanoğlu her zaman için çatışmanın orta yerinde bulunur. Psikolojik Savaş, son çözümde, henüz ilkel olmakla birlikte her türlü ortaklığı da yapabilecek, dolayısıyla her türlü ilerleme olanağına sahip işlemsel tekniklerden yardım gören, 'bir kudret ve

köleleştirme' ahlakı olmasaydı, zorbalığın sistemleşmesi haline gelmeyecekti." (Megret, ?: 49)

İşte bu noktada, yani zorbalığın sistemleşmesi tarihi boyunca propaganda salt bir savaş yöntemi olarak değil aynı zamanda bir iktidar aracı olarak da belirgin bir vasfa sahip olmuştur. Propagandanın uygulanış biçimi, bizatihi içerisinden doğduğu toplumu, yönetim biçimi ve medeniyet perspektifini yansıtacak bir biçimde uygulana gelmiştir. Savaş tarihi kadar siyasi tarih de bu anlamıyla tam bir yöntem farklılığı tarihidir. Dolayısıyla tarihteki her toplum ve o toplumun iktidarı, kendi inanış ve yaşayışlarına uygun bir propaganda tarzını geliştirmiştir.

Propaganda tarihi açısından belki de bir ilki temsil eden Fransız İhtilali, siyasi propagandanın uygulanışı açısından incelendiğinde bizlere pek çok farklı örnek sunmaktadır. İhtilali, salt bir halk hareketi olarak görmek ve patlama noktasına gelmiş bir toplumun anlık bir çıkışı olarak düşünmek, elbette iktidar ve siyaset tarihi açısından gülünç bir iddia olacaktır. Bilakis Fransız ihtilali; devrim komitelerinden devrim kulüplerine ve meclislerine, oradan ateşli devrim propagandistlerine ve seyyar söylevcilerine kadar tam bir organizeli propaganda faaliyetini kapsamaktaydı. Hatta 1793 yılında, propaganda adıyla devrim düşüncelerini kitlelere yaymak maksadıyla bir örgüt bile kurulmuştu. Yine; La Marseillaise, Frikya Başlığı, Federasyon ve Yüce Varlık Şenlikleri, Jacobin Kulüpleri Örgütü, Versailler'a yürüyüş, Meclislere karşı toplu gösteriler, büyük alanlara kurulan idam sehpaları, L'Ami du Peuple'ün taşlamaları, Pére Duchene'in sövgüleri, kısacası yeni propagandanın bütün kaynakları Fransız İhtilali sayesinde uygulamaya geçiriliyordu. (Domenach, 1995: 26)

Özellikle Avrupa tarihi açısından Reform ve Rönesans ile ortaya çıkan yenilik dönemi, Fransız ihtilaliyle yeni ve özgürlükçü bir toplumun hayal değil gerçek olabileceğine dair bir inanışın pekişmesini daha sonraları sanayi toplumu olarak adlandırılan bir toplumsal değişmenin meydana gelmesini mümkün kılmıştır. Bu yeni dönem, modern dönem; pek çok toplumsal yeniliği beraberinde getirmekte, sosyal ilişkilerin yeniden tanzim edilmesini zorunlu kılmaktaydı. Modern şehirlerin ortaya çıkışı, çimento ve demirin kullanılmasıyla yeni yapılan heybetli binalar, caddeler, yaya kaldırımları, üretimin vazgeçilmez bir neticesi olarak mağazalar ve gösterişli vitrinler, büyük şehir hayatının getirmiş olduğu toplumsal muammayı besleyecek olan romanlı ve reklâmlı gazeteler, şiir ve edebiyatın seçkinci yapısının kırılarak tüm topluma mal olacak şekilde neşredilip yaygınlaşması, kadının toplumdaki yeni ve de ayrıcalıklı yerini

tespitte kılavuz görevini üstlenecek olan kadın dergileri, müziğin mekanik kayıt imkânlarının gelişmesiyle yeniden ve sürekli bir üretim haline dönüşmesi, toplu taşıma araçları, tiyatro ve sinema kültürünün zamanla gelişmesi, radyonun ve neticesinde televizyonun almış olduğu son durumlar, hepsi topyekûn bir gelişmeyi ve kendi içerisinde sürekli bir değişmeyi temsil eder bir hal ile devam etmekteydi. Böyle bir tarihsel sürece propaganda kayıtsız kalamazdı ve kalmamıştır da. (Brown, 1992: 94)

Yukarıda sayılan ve daha eklenebilecek pek çok toplumsal duruma, propaganda yöntem olarak nüfuz etmiş; çoğu kez siyasal iktidarın bir egemenlik inşası hüviyetinde sürekli bir kullanım pozisyonunda olmuştur. Modern dönem görüldüğü üzere kendisini mutlak bir üretim felsefesinden hareketle tanımlamaktaydı. Böylece modern toplum kendisini sürekli üretmeye ve ürettiğini yine çok seri bir şekilde tüketmeye kurgulanmış bir toplumsal hali öngörmekteydi. Bu açıdan hız kavramı, yeni dönemin sembol kavramlarından birisiydi. Modern insan hem üretirken hem de tüketirken hız'lı olmalı, böylece bu koşuşturma halinin sürekliliği içerisinde eriyip modern dönemin amade bir işçisi halinde yaşamalıydı. Hız, benzeri bir şekilde siyasal iktidarların da yöntem olarak işine gelmekte, düşünmeyen lakin sürekli üreten memur bir toplum sınaî gelişmenin devamlığını sağlayacak, böylece siyasal erkin yönetim kabiliyeti ve kolaylığı sağlanmış olacaktı. Yeni toplumsal düzenin sürekli üretime dayalı bu sosyal yönü sebebiyle, sanayi ve imalatçılarda artık bir yöntem olarak propagandayı kullanmaya zorunlu kalmışlardır. Sürekli üretim, kaçınılmaz olarak istikrarlı bir tüketimi mümkün kılmalıydı. Lakin yüzyıllardır, kısıtlı imkânları dolayısıyla dünya halklarının eşyaya olan 'tutucu' bakışını bir anda değiştirmek pek de kolay olmayacaktır. Bu açıdan propagandanın, tekrar ve terk etmeye zorlama yöntemlerini başarıyla kullanan üreticiler, insanların kullanmış oldukları herhangi bir mamul için illaki o malın eskimesinin beklenmemesi gerektiği inancını kabul ettirebilmek adına yoğun uğraş vermişlerdir. Büyük bir reklâm ajentası yöneticisi olan David Ogiluy, bu konuyla ilgili olarak şöyle demekteydi: 'Piyasada değişik markalar altında satılan viski, bira ve sigara çeşitleri arasında önemli hiçbir fark mevcut değildir. Hepsi de aşağı yukarı aynıdır. Bu genellemeye bisküvi çeşitleri, deterjanlar ve otomobiller de dâhildir.' (Brown, 2000: 150)

Neticede böylesi bir üretim-tüketim çarkı içerisine hapsolmuş bulunan modern insan, yeni kurulan/kurgulanan dünyada var kalabilmek için günün üçte ikisini yoğun bir çalışmaya ayıracaktır. Toplumun her bir ferdi en gencinden en yaşlısına bu sarmalın

içerisine çekilecek, insanların sosyal hayatı dâhil pek çok beklentileri ve birlikte olma imkânları ellerinden alınmış olacaktır. Aslında bu tam da önce tek tek atomize edilen, parçalanan bir toplumsal yapının daha sonra tek bir hedef uğruna topyekûn bir seferber edilişinin tarihidir. Bu Fransız ihtilaliyle kısmen yakalanmaya çalışılan kamu toplumunun yeniden kitle toplumuna doğru evirilmesinin tarihidir. Bilindiği üzere kamu toplumuna akıl yön verirken kitle toplumuna coşkun duygular ve yoğun hisler yön vermektedir. Kamu toplumu, kendi sorunları için yine kendisi bir çözüm üretmeye çalışan ve her türlü düşünce farklılığına rağmen ortak bir toplumsal çözümün mümkün olduğunun adı iken, kitle toplumunda alabildiğine bir atomizasyon, bir başıboşluk ve gevşek bir sosyal yapı söz konusudur. Kitle toplumu hedef olarak iradesi çözülmüş yahut ipotek altına alınmış bir insan tahayyülünden hareketle bir sosyal yapı oluşturma gayretindedir. Dolayısıyla alabildiğine etkiye açıktır. Eğer güçlü bir iktidar ve iktidarın meşruluğunu pekiştirip-yaygınlaştıracak kuvvetli bir propaganda kurumu mevcut ise kitleler kolayca istenilen yöne doğru sürüklenebilecektir. Modern dönemde bu güçlü kurumun işlevini büyük oranda yazılı ve görsel medya organları üstlenmektedir ki, kamuoyu bu yolla çok kolay bir şekilde dönüştürülebilsin. Öyle ki hız'a dayalı bir hayattan geri kalmama pahasına kendisiyle ve toplumla ilgili haberlerin tümüne dikkat kesilen modern insan elbette propagandanın her türünü gayet açık ve alıcı bir pozisyonda karşılamaktadır. Örneğin haberler bu manipülasyona açık alanın en tehlikeli boyutunu teşkil etmektedir. İnsanlar yayın organları tarafından tüm topluma servis edilen çoğu haberi yeterli seviyede değerlendirememekte, değerlendirmeye çalışsa dahi kendisine iletilen bilgilerin doğruluğundan hiçbir zaman tam manasıyla emin olamamaktadır. Bu sayede propagandanın en işlevsel aracı haline dönüşmektedir medya. (Yılmaz, 2004: 33–34)

Medya vasıtasıyla yürütülen bu propagandayı, amerikan sosyologları, 'narcotization' (uyuşturma, afyonlama) olarak tarif ediyorlar. 'Narcotization' sonucu fert, haberlerin yoğunluğu karşısında bunalacak ve günlük olayların acı gerçeklerinden kaçarak kendi küçük dünyasına çekilecektir. (Brown, 2000: 124)

Nitekim haberler günümüzde hem veriliş biçimleri ve hem de yoğunluğu bakımından, toplumsal hafıza üzerinde sersemletici ve şok edici bir etki yaratacak tarzda sunulmaktadır. Bu ise kendisini hiç mi hiç alakadar etmeyen pek çok 'abur-cubur' haber arasında sıkışıp kalan ve düşünme yetisini ve daha sonra ise yorumlama yeteneğini yitirmiş bir insan tipini meydana getirmektedir.

Dolayısıyla modern insan ve toplum; alabildiğine unutkan, anlık-günlük düşünen, hafıza ve düşünce yitimine her an maruz kalmış bir yapıya sahiptir. Bu haliyle modern toplum her türlü propagandaya açıktır, yalnızdır, yardımcısızdır. Burada; propaganda, yalnız başına kalmış yeni insanın kurtarıcılığını üstlenir.

Siyasal iktidarlar ise bu durumu kendi lehlerinde kullanabilme gayretiyle esaslı propaganda organizasyonlarına girişmektedirler. Bu amaçla düzenlenen dev kitle gösterileri, yüz binlerce kişilik geçit merasimleri küçük aciz insanlarda öyle bir mağrur inanç ateşi yakmaktadır ki, bu adamlar her ne kadar değersiz birer 'solucan' iseler de yine büyük bir ejderin bir parçası olduklarını, bu ejderin ateş saçan neferi altında bir gün geçici burjuva dünyasının yanıp kül olacağını ve proleter diktatörlüğünün son yüce zaferinin kutlanacağını düşünürler. (Downs, 2000: 174)

Kitle toplumunun her türlü etkiye açık bu yalnız halini, modern kitle iletişim araçları çok daha elverişli bir hale getirmiştir. Özellikle insanlığın 20. yüzyıla savaş ve siyasi çalkantılar içerisinde girişi, bitmeyen ekonomik buhranlar, insanları güvensizliğe sürükleyen toplumsal başıboşluk hali, zayıflayan cemaat yapısı karşısında yalnızlaşan insan konumu, kırsal yerleşimden kentleşmeye doğru evirilen sosyal yapı ve özellikle yükselen ırkçı-ulusçu kimlikler kitlelerin kontrolü daha kolay, yönlendirmeye daha açık bir hale bürünmesine neden olmuştur. Neticede kendisini koruyan pek çok toplumsal kurumdan mahrum kalarak, yerine ucu açık yeni biçimleriyle yer değiştirmiş bir hayatı karşılarında bulan kitleler, dışarıdan yapılabilecek her türlü ikna edici teklif ve telkine son derece açık vaziyette kalmışlardır. Böylece kitlelerin, tek merkezden ve tek bir yöntem izlenerek kolayca etkilenmelerine zemin oluşturulmuştur. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler bu yeni dönemin belirleyicisi ve baş aktörü olmuş, bu şekilde istenen fikirlerin yayılması oldukça kolaylaşmıştır.

Öyle ki, çoğu zaman kitlenin çok fazla söz sahibi olmasına fırsat tanımayacak bir şekilde, kitle iletişim araçları eliyle çok kısa zamanda, çok fazla insana tek bir fikri lanse etmek mümkün hale gelmiştir. Toplum, kendisine sunulan fikirleri asla tartışma imkânına sahip olamamakta, televizyon ya da radyoda ulaştığı bir bilgiyle alakalı olarak kendi fikrini yahut eleştirisini ortaya koyamamaktadır. Dolayısıyla modern dönemde fikirlerin kitle hareketleri haline dönüşmesi imkânı da gitgide azalmaktadır. Toplumun her bir ferdi, tek bir merkezden ve tek bir hedefe doğru yöneltilen bir propagandaya karşı yalnız başına kalmakta, bir zaman sonra ise iktidarın propagandayı böylesine bir yöntemle kullanması sebebiyle siyasi iktidarın mutlak himayesine boyun eğmek

sonucuyla karşı karşıya kalmaktadır. Siyasal iktidarlar çoğu kez süreci daha da ileri götürmekte ve totaliter rejimlerde hayat bulan 'toplum ajanlığı' yani toplum içerisinde pek çok farklı statü ve makama yerleşmiş işbirlikçi ajanların eliyle iktidarlarını pekiştirmeye çalışmaktadırlar. İleriki bölümlerde değineceğimiz II. Körfez savaşı ile dünya gündemine taşınan 'iliştirilmiş gazetecilik' örneği, benzeri bir propaganda yönteminin kitle iletişim araçlarının en etkili bir biçimde kullanılması suretiyle gerçekleştirilmişti. (Brown, 2000: 30)

Artık toplumların kanaatlerine ışık tutan 'kanaat önderliği' müessesesinin yerini; kanaati hiç sorulmadan ve adeta bir takım deneysel yöntemlere tabi tutularak hayatları biçimlendiren 'kanaat kontrolörlüğü' almıştır. Bundan sonra inceleyeceğimiz propaganda kavramı, 19.yüzyılla başlayan bu gelişme süreci göz ardı edilerek elbette tanımlanamayacaktır.

19. yüzyılla birlikte başlayan propaganda ile ilgili yapılan tanımlamalardan bazılarını şöylece sıralayabiliriz:

1842'de lügat manası şöyledir: Birçok hükümetler tarafından dehşet ve nefretle karşılanan bazı gizli örgütlerin fikir ve prensiplerini yayma hareketi. (Clews, 1972: 11)

Leonard Doob'un Public Opinion and Propaganda Kamuoyu ve Propaganda) adlı eserinde propaganda tanımı; şahıslara etki etmek suretiyle onları istenilen yola çevirmek için yapılan gayretlerdir ki sonucu belli bir devrede bir cemiyet için şüpheli, bilimsel olmayan kıstaslara dayanmaktadır. (Clews, 1972: 12)

Bu ilk dönem propaganda tanımları daha ziyade gizli bir cemiyet yahut örgüt eliyle ve sadece menfi yönde netice almak için uygulanan bir yöntem olarak propagandayı tanımlarken daha sonraki dönemlerde yapılan propaganda tanımlarında daha esnek, ucu açık ve kısmen masumane bir yöntemin uygulanabileceğine yönelik izaha çalışılmıştır. Elbette propaganda, belirli bir grubun sistemli çalışmasını ve belirli bir hedefe yönelik uygulamaya niyetlendiği planların hayata geçirilmesi neticesinde gerçekleşebilecektir. Propaganda başlı başına bir görüş ve davranış değişikliğini hedef almaktadır. Bu ise propagandacı açısından, propagandaya muhatap olan kitlenin istenen yönde değişmesini öngörüp buna uygun bir stratejinin adım adım uygulanması ile ancak gerçekleşebilecek bir süreçtir.

Bir başka tanım Tönnies'e aittir ki, Tönnies propagandayı, bir fikri, doğruluk ya da kesinliğiyle bağlantısız olarak yaymak amacıyla kamuoyunun etkin biçimde uyarılması şeklinde izah edecektir. (Bektaş, 1996: 150)

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne göre propaganda; herhangi bir düşünceyi, bir kanıyı yaymak ve ondan yana olanları çoğaltmak için söz, yazı ya da başka araçlarla yapılan etki olarak tarif edilir.

Oxford Sözlüğü ise, propaganda kelimesini, 'bir fikre veya harekete taraftar kazandırmak amacıyla düzenlenen programların bütünü' olarak tarif eder.

Oxford'un tanımını göz önüne aldığımızda, propagandaya muhatap olan insanın adeta tüm hayatını kuşatan; siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel tüm alanları ihata eden ve buna uygun geliştirilebilecek tüm vasıtaları da içine alan ciddi ve disiplinli bir çaba içinde olmanın adıdır propaganda. Bu haliyle başarılı propaganda için, bilgi, tecrübe, yetenek ve bunlara uygun bir organizasyonun oluşumunu kaçınılmaz olmaktadır.

F.E. Lumley de, "The Propaganda Menace (Propaganda Tehdidi) isimli çalışmasında propagandanın niteliğini ahlaksallığa bağlamaktadır.

Lumley'e göre propaganda, 'belli bir fikir ve davranışın (1) kökenini, (2) bununla ilgili çıkarı, (3) kullandığı yöntemleri, (4) yaymak istediği içeriği ve (5) benimseyenlerin karşılaşacağı sonuçları göz önünde tutarak, bu hususlardan birini, bir kaçını ya da hepsini gözetmek suretiyle onu yayma ve kabul ettirme gayretidir. (Bektaş, 1996: 152)

İleriki bölümlerde üzerinde duracağımız, tarihin belki de en başarılı ve fakat en kanlı propaganda mimarları Hitler ve Goebbels'in adeta pratikten hareketle geliştirdikleri propaganda tanımları, kötü ellerde bu yöntemin nasıl bir savaş makinesine dönüştüğünün güzel bir kanıtını oluşturmaktadır. Hitler propagandayı şu şekilde izah etmektedir:

> "Propagandanın fonksiyonu… ayrı insanların her birinin haklarını ölçüp tartmak değil, fakat sadece tuttuğu tarafın haklı olduğunu göstermeye çalışmaktır. Propagandanın görevi hakikatin, eğer düşman tarafındaysa, objektif bir tahlilini yapmak ve sonra onu akademik bir dürüstlükle kitlelerin önüne sermek değildir; onun görevi daima ve bıkmadan kendi hakkımıza hizmet etmektir… Propagandanın gayesi canı sıkılan genç beylere ilgi çekici bir eğlence sağlamak değil, inandırmaktır.
>
> Ve ben inandırmak derken kitlenin inandırılmasını kastediyorum.
>
> …
>
> Büyük halk kitlelerinin anlayışı gayet sınırlıdır, zekaları azdır, ama unutma güçleri muazzamdır. Bu gerçeklerin sonucu olarak, her türlü etkili propaganda sadece birkaç noktanın belirtilmesi halinde sınırlandırılmalı, bu noktaları sloganlar halinde vermeli; tâ ki kitlenin en son üyesi bile sizin sloganınız vasıtasıyla, kendisinden ne istendiğini anlasın. Bu

sloganı feda ettiğiniz ve meseleyi çok taraflı olarak anlatmaya kalktığınız anda etkiniz silinecektir, çünkü kalabalık verdiğiniz bilgileri ne hazmedebilir, ne hatırda tutulabilir. Bu şekilde sonuç zayıflar ve nihayet tamamıyla ortadan kalkar."(Downs, 2000: 173)

Ve öyle bir hale dönüşür ki propaganda, artık neyin doğru neyin yalan olduğu çok da fazla bir ehemmiyet arz etmeyecektir. Önemli olan, propagandaya muhatap olacak olan kitlenin dini bir ayini gerçekleştiriyormuşçasına ve tam bir adanmışlık hali içerisinde istenilen yahut uydurulan gerçeğe tutkuyla bağlanmasıdır.

Bu kararlılıkla yürütülecek bir propaganda faaliyetiyle kitle istenilen yöne doğru götürülebilecektir. Hatta sürekli ve sinsi bir propaganda ile insanlara cennetin aslında bir cehennem, cehennemin ise aslında bir cennet olduğu anlatılıp kitle buna ikna edilebilir hale gelecektir. Yeter ki yürütülecek olan propaganda faaliyeti mümkün olduğu kadar duygulara ve heyecanlara hitap etsin, salt bilgiden ve akılcılıktan uzak dursun. Dolayısıyla propagandacı için afiş ancak propagandanın konusu olup sanatla hiç alakası olmayan bir çalışmadır ki bu da propagandan ile bilimselliğin nasıl birbirlerine zıt iki kutbu temsil ettiğini bize göstermiş olsun. Bu süreç devam ederken unutulmaması gereken nokta ise, propagandacı çok büyük bir halk kitlesini hedefliyorsa söylem ve eylemini alabildiğine kolay, basit ve anlaşılır kılmalıdır. Ancak bu sayede daha fazla bir kitle propagandanın tesiri altına girebilecektir. (Downs, 2000: 174)

Biz böylesi bir propaganda yöntemine ileriki konularda genişçe üzerinde duracağımız Hitler Almanya'sında şahit olmaktayız. Hitler'in uygulamış olduğu propaganda neticesinde pek çok faktörün bir bileşkesi olarak ortaya çıkan başarı, tüm toplumun kolayca kabullenebileceği ve söylendiğinde onları rahatsız etmeyecek yani toplum tarafından yadırganmayacak hatta ve hatta toplumun sosyo – psikolojik ihtiyaç ve açlığına cevap verecek bir propaganda çalışmasının sistemli bir tarzda yürütülmüş olmasında aranmalıdır. Hitler'in cümleleriyle bu süreç şöylece hayata geçirilmekteydi. Propaganda öncelikle duygu yoğun olmalı, akla ise cüzi bir yer ayırmalıdır. Halkın rahatça anlayacağı semboller ile anlatım yoluna gidilmeli, toplum içinde bulunan 'en dar kafalı'nın bile anlayabileceği bir anlayış seviyesinde propaganda seyretmelidir. Kazanılmak istenen kitlenin sayısına göre, söylem düzeyi iyi belirlenmeli, hedeflenen kitle kalabalık ise hitabet olabildiğince düşük bir düzeyde yapılmalıdır. Bu yapılırken toplumun sürekli olarak propagandaya karşı olan nabzı iyi tutulmalı, propagandacı her türlü yeni duruma karşı propagandasının yönünün iyi tayin etmelidir. Nihayetinde propaganda, amaca uygunluğu yönünde göstermiş olduğu başarı ile

değerlendirilebilecek bir araçtır. Dolayısıyla, amacı çok iyi tespit edilmiş bir propaganda ancak toplum üzerinde istenilen etkiyi hâsıl edebilecektir. Aksi durumda propaganda toplum dışı kalma gibi bir tehlikeyle karşı karşıya kalacaktır ki, propagandacı bu hususta oldukça teyakkuz halinde olmalıdır. Yürütülen bir propagandanın nihai anlamda değerlendirilmesi aşamasında önemli olan tek şart, propagandanın başarıya ulaşıp ulaşmadığının sorgulanmasıdır. Eğer neticede başarı elde edilmişse, yürütülen propaganda ile istenilen hedefe ulaşılmış demektir. (Özsoy, 1998: 10)

Hitler'in, propagandanın kavramsal çerçevesi ve uygulanış aşamalarıyla ilgili dile getirmiş olduğu pek çok ilkenin çok daha gelişmiş bir aşamasını Goebbels'in propaganda çalışmalarında görmekteyiz. Goebbels, Hitler'in 'Halkı aydınlatma' olarak isimlendirilen bakanlığının devlet bakanı olarak görev yapmıştır. Aslında Nasyonal Sosyalist devlet örgütlenmesi, belki de tarihte ilk kez iktidar ile propaganda ilişkilerinin sınırlarını bu kadar net bir biçimde belirlemiş olmaktadır. Propaganda, tamamıyla iktidarın yardımcı birimi – bakanlığı- seviyesinde konumlandırılmış, toplum ile devlet arasındaki her türlü münasebet yine bu bakanlık eliyle kontrol edilir hale gelmiştir. Bu sebepten Goebbels propagandayla ilgili hem tarihe mal olmuş ciddi bir pratik birikime hem de işin nasıl yapılması gerektiği ile ilgili teorisine dair pek çok şey geliştirmiştir. Goebbels'e göre propaganda yapmak için öncelikle insan zihninin bir sınırsızlığa inanması gerekmektedir. Bu inanış hali propagandacıyı, hayatın nefes alıp verdiği her alanda hatta bir tramvayla seyahat etme durumundayken bile propagandasını icra etmesini mümkün kılacaktır. Bu ise propagandacıya güçlü bir elastikiyet kazandıracak, bu sayede propagandacı her zaman ve zeminde hedefine doğru kararlı bir şekilde yürüyebilecektir. Böylece propagandayı mevcut şartlar çok etkilemeyecek, bilakis propagandacı sürece müdahale edecek bir tarzda şartların istenilen yöne değiştirilmesini gerçekleştirebilecektir. Yine propagandacı unutmamalıdır ki bir propaganda insanların inançlarını zorla değiştirmeye muvaffak olamaz. Fakat sadece onları arzulanan yöne doğru inanmaları istikametinde ikna edebilir. (Domenach, 1995: 51; Özsoy, 1998: 3)

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere propaganda, bizzat şiddetin kendisini bir yöntem olarak benimseyip-kullanmaz. Lakin propagandanın şiddeti üreten tüm argümanlarıyla; siyasi ve iktisadi baskı, şantaj, rüşvet, asılsız vaat, makam ve mevki teklifi, silahla tehdit gibi usulleri dolaylı bir şekilde kullanmak suretiyle propagandasına destek sağlayabilecektir.

Son olarak propagandayı şu şekilde izah edebiliriz:

Propaganda güçlü bir 'ağız'ın, yüksek perdeden bir ses ile ağdalı kelimelerle süsleyerek örmüş olduğu ikna edici üslubu, ayartıcı bir 'fısıltı' ile ısrarlı telkini neticesinde ortaya çıkan çabaların toplamıdır.

Propagandanın genel olarak böylece tanımlanmasından sonra, propaganda kavramı ile yan yana çokça zikredilen 'psikolojik savaş' kavramını da izah edersek, kanaatimizce olaşabilecek kavram kargaşasının ve kafa karışıklığının önüne geçmiş olabileceğizdir. Psikolojik savaş adından da anlaşılacağı üzere bir savaş terimi olarak kullanılmaktadır. Lakin günümüzde bazı siyasi ve toplumsal olaylarla ilgili yapılan izahlarda kullanılması hasebiyle izahı şart bir hal almıştır. Psikolojik savaş, klasik manada bir savaşın kazanılması yahut kaybedilmesi halinde, galip tarafın fethedilen topraklar üzerindeki halklara yönelik üstünlüğünün devamını sağlama çabası olarak değerlendirilebileceği gibi, mağlup taraf açısından ise yenik güçlerin moralize edilmesi ve tekrar savaşa hazır hale getirilmesi çabası olarak da tanımlanabilecektir. (Tarhan, 2006: 15)

Yine bu kavramın tanımıyla ilgili pek çok sosyal bilimcinin farklı tanımlamaları mevcuttur; kimilerine göre bir ülkenin asker yöneticileri tarafından yine askeri bir takım hedeflere ulaşmak için girişilen çabaların tamamını kapsayan bir faaliyet tarzında tanımlanırken, bazen kavram bir ülkenin diğer ülkeler ve halkları üzerinde etkinlik sağlamak maksadıyla girişmiş olduğu ekonomik, siyasi ve askeri tüm alanları kuşatan bir yöntem olarak açıklanmaktadır. Psikolojik savaş yukarıdaki tanımlardan hangisine uygun bir faaliyeti gerçekleştiriyorsa gerçekleştirsin, bunu yaparken mutlaka çok yoğun bir şekilde kitle iletişim araçlarından azami ölçüde yararlanma yoluna gidecektir. Harold D. Lasswell'in tanımıyla 'savaşın nasıl başarıya ulaştırılabileceği üzerin eski bir düşünceye verilen çağdaş bir isim' olarak tanımlanabilecektir psikolojik savaş.

Psikolojik savaşı, savaş terminolojisi içerisinde değerlendirdiğimiz takdirde amaç olarak şöyle bir tabloyla karşılaşmaktayız: Psikolojik savaş, savaş sırasında özel olarak elde edilen gizli bilgiler sayesinde düşmanın düşüncelerini faaliyete henüz geçmeden önlemeye dönük çalışmalı, düşmanı kendi halkının gözünde küçük düşürmeye gayret etmeli, bu maksatla hem ordunun hem de halkın maneviyatını bozacak bir söylemi mümkün kılacak her türlü çabayı ortaya koymalı-örneğin gizli radyo istasyonları vesilesiyle yayın yapmak gibi -ve en sonunda da cephede askerle sıcak temasta bulunan orduya moral temin etmek için her türlü unsuru savaş sürecine dâhil edebilmelidir.

(Megret, ?: 100–103) Ancak bu sayede psikolojik savaş hedefine ulaşabilecek ve düşman saflarında istenilen yıkımı mümkün hale getirebilecektir.

Bu konuyla ilgili olarak en güzel örnek Ankara Savaşı sonrası Yıldırım Beyazıt ile Timur arasında gerçekleşen konuşmalardır.

Yıldırım,

—Kuvvetlerimiz denkti, sen nasıl başarılı oldun?' diye soruyor. Bunun üzerine Timur parmağını uzatarak;

—İkimizde birbirimizin parmaklarını ısıralım diyor. Bir müddet sonra Yıldırım acıya dayanamayarak 'ah' deyince, Timur parmağını hemen kurtarıyor ve sonra da:

— Biraz daha dayansaydın ben yenilecektim, diyor. (Tarhan, 2006: 16)

2.3. Propagandanın Amacı

Propagandada amaca ulaşmak için gerekli olan ilk ve en önemli husus, propagandaya muhatap olan kitleyi, istenilen yönde değişimi sağlayacak bir şekilde yoğun ve de ısrarlı bir propagandaya tabi tutmaktır.

Bu sürecin başlangıcından hemen önce propagandacı kitle üzerinde ciddi bir analizi gerçekleştirmek durumundadır. Bunun için öncelikle kitlenin en çok rahatsız ve şikâyetçi olduğu konu belirlenmelidir. Ardından kitlenin kültürel zemini etüt edilmeli, öncelikleri belirlenmeli, neleri sevip nelerden ise hiç hoşlanmadığı detaylı bir değerlendirmeye tabi tutulmalıdır. Bu aşamadan sonra propagandacı, kitlenin sancısını çektiği durumla ilgili çok esaslı ve gerçekçi bir çözümler listesi oluşturmalı ve bunları propagandanın safhasına uygun olacak bir zamanlamayla anlaşılır bir tarzda sürekli tekrar etmelidir.

Nihayetinde propagandanın son amacı propaganda açısından başarıya ulaşmaktır. Bu en genel amaç olarak izahı kolay bir durumdur. Lakin propagandanın bu amacı belli olduktan sonra, amaca uygun bir faaliyet planının belirlenmesi ve yine buna uygun bir tarzda bütün propaganda sürecinin organize edilmesi amacın gerçekleştirilmesi açısından asıl önemli olan noktadır. Bu maksatla propagandacı, karşı tarafın yenilgisini sağlamak amacıyla her türlü argümanı kullanarak; düşüncelere, heyecanlara ve isteklere etki etmeye çalışacaktır. Aynı zamanda karşı tarafın moralini çökertmek üzere sürekli bir korku havasını hâkim kılmaya çalışacak ve bu halin devamlılığı için ısrarla uğraşacaktır. Böylece propaganda; maruz kalanlar açısından derin bir hüsranı pekiştirecek, inanç, tutum ve davranışların değişimini kaçınılmaz kılacak, uygulayıcılar

açısından da değişimi istenilen mesajın başarıyla kitle üzerinde etkisinin ortaya çıkması ve böylece başarının sağlanmış olması söz konusu olacaktır. Bu süre boyunca propagandacının amacına yönelik girişmiş olduğu her türlü çaba boyunca unutmayacağı en önemli nokta; kitlenin her zaman ciddi bir şekilde muhafazakârlık özelliğinin bulunduğu hatırdan çıkarılmamasıdır. Kitleler değişime çok kolay razı olmazlar. Kendi dünyalarında kabul edip yıllardır bir hayat biçimi halinde devam ettire geldikleri pek çok örfi davranışı ve zihinsel birtakım yargıları çok kolay değiştirmeye rıza göstermezler. Propagandacı ise kitlenin bu önemli özelliğini iyi bilecek ve buna uygun olarak çoğu zaman tartışmadan uzak kalarak kendi amacına uygun fikirlerle toplumun kabulleri arasında bir denge söylemini hâkim kılmaya çalışacaktır. Bu propagandanın amaç yönünden başarılı olması için olmazsa olmaz şartlarından biridir. Ancak bu şekilde kitleler kolayca fethedilebilecek ve bu şekilde amaca hizmet eden en güçlü araç hüviyetine kavuşacaktır. (Tarhan, 2006: 23; Çeşme, 2005: 113, Bektaş, 1996: 168; Okay, 1957: 5; Edibali, 1970: 56)

2.3.1. Stratejik Amaçlı Propaganda

Stratejik propaganda; adından da anlaşılacağı üzere, propagandada stratejik ve uzun erimli bir planlamanın esas alındığı, yapılan tüm çalışmaların bu uzun vadeye göre ayarlandığı bir propaganda türüdür.

Stratejik propagandanın uzun bir zamanı kapsamaya dönük bir planlama yönünü olduğu kadar, bu propagandan türünün, ülkeler hatta kıtalararası bir hedefi içerisinde barındırdığına da değinmeliyiz. Böylesi geniş bir amaca ulaşmak için ise stratejik propaganda çok erken bir dönemde başlamalı ve hedefe ulaşıncaya kadar hiç aralık vermeden devam ettirilmelidir. Stratejik propagandanın en zor tarafı uzun bir süreyi kapsayan bir propaganda çalışmasını öngördüğü için sabırla ve de ısrarla propagandacılar tarafından arkası kesilmeden tekrarlanmasının zorluğudur. (Tarhan, 2006: 49)

Lasswell stratejik propaganda ile ilgili uyulması gereken dört aşamanın varlığından bize bahseder. Birinci aşamada amaç olarak düşman bir caniymiş gibi kitlelere lanse edilecek ve ona karşı toplumsal destek yerine topyekûn bir nefret hali oluşturulmaya çalışılacaktır. İkinci aşamada propagandaya müttefikler kazanmak maksadıyla ortak çıkarlar öncelenecek ve bu konuda propaganda yapan tarafında düşman karşısında diğer ülkeler gibi düşündüğüne kitleler ikna edilecektir. Üçüncü

aşamada; yürütülen propagandaya tarafsız olan güçlerin dostluğu sağlanacak, propagandaya konu olmayan tüm alanlarda ortak bir işbirliği sağlanması yoluna gidilecektir. Dördüncü ve son aşamada ise düşman tarafın liderlerinin halkın gözünde küçük düşürülmesi hedeflenecek, böylece hem iktidarın hem de halkın moral seviyesi sıfırlanmış olacaktır. (Bektaş, 1996: 163)

Lasswell'in detaylıca açıklamış olduğu stratejik propaganda aşamalarının yine ustaca bir uygulamasını Adolf Hitler'in II. Dünya savaşı öncesi ve sırasında yapmış olduğu propagandalarda görmekteyiz. II. Dünya Savaşı'nın tetikleşicisi sayılan Avrupa ülkelerini işgal öncesinde Hitler, savaşmaya karar verdiği ülkelerin halkları üzerinde benzeri bir yöntemi uygulamaya çalışmıştır. Öncelikle saldırılacak ülke hakkında dünya kamuoyuna servis edilen tamamı asılsız olan pek çok yalan haberle dikkatlerin ve de nefretlerin ülke halkı üzerine çevrilmesi sağlanacak, ardından savaşılacak ülkeye düşman olan diğer potansiyel ülkelerle ittifaklar gerçekleştirilecek ve sonrasından dünya kamuoyunda ülkenin hızlı bir yalnızlaştırma politikasıyla tek başına bırakılması ardından toplumsal kargaşayı besleyecek birtakım iç karışıklıkların hedef ülkede planlanıp–uygulanmaya konması neticesinde askeri bir işgal mümkün olabilecektir.

Yakın dönemde gerçekleşen pek çok askeri ve psikolojik savaş örneklerinde kolayca gözlemleyebileceğimiz bu süreç, günümüzde özellikle medyanın almış olduğu, yeni ve etkin konumuyla birlikte daha da endişe verici bir tarzda uygulanır hale gelmiştir. Nitekim günümüzde, medya patronlarına sağlanan iktidar nimetleri, kolayca satın alınabilen bir takım köşe yazarları ve bu süreç neticesinde oluşturulan medya manşetleri bir yandan halka neyi, nasıl ve hangi şartlarda düşünmesi gerektiğini sürekli telkin ederken, diğer taraftan halkın herhangi bir konuda sağlıklı bir düşünceye ulaşması ve dolayısıyla isabetli bir karar vermesinin de önü alınmış olmaktadır.

Emekli CIA başkanlarından Harry Rositzke'nin sözleri istihbarat faaliyetleri içinde medyanın propaganda işlevini göstermek bakımından iyi bir örnektir: 'Üçüncü Dünya'da gizli propaganda operasyonları aslında bir basın savaşıydı. Yabancı editörler ve köşe yazarları çalıştırılıyor, magazin ve gazetecilere para desteği sağlanıyor, basın hizmetleri destekleniyordu. Propagandacılar, ödenekli ajanlardan işbirlikçilere kadar geniş bir biçimde bulunuyordu… Dost yayın kuruluşlarında yeni makaleler yayınlatılıyor ve tüm dünyada tekrarlanıyordu… (Yılmaz, 2006: 150)

İstikrarı önceleyen stratejik propaganda, savaş ideolojisini hazırlayan fikri zemini hâsıl ederken; karşı taraf üzerinde güveni tesis edecek bir çabadan da uzak kalmayacaktır.

Uzun vadeli yapısı gereği stratejik propaganda, hedef ülke içerisinde nüfuz elde etmek amacıyla evrensel anlamda öneme sahip bir takım kavram ve kurumlardan yararlanmayı da ihmal etmeyecektir. Bu yüzden 20. yüzyılda gerçekleştirilen tüm işgal harekâtlarında, işgal eden taraf kendisini hep demokrasi, insan hakları ve hukukun üstünlüğü adına, bunların korunması pahasına böylesi bir harekete giriştiğini izah etmeye çalışmıştır. Böylesi bir söylem ile evrensel kavramların arkasına sığınılmak suretiyle, yürütülen operasyonun haklılığı sözde sağlanmış olacaktır. Benzeri bir şekilde stratejik propaganda böylesi bir süreci kolaylaştırmak için hedef ülke içerisinden yerli işbirlikçiler bulma yoluna gidecek, bunun için de birtakım sivil toplum kuruluşları ve toplumsal baskı gruplarıyla yakın temasa geçecektir. Bu şartla toplumsal bir ikna yaratma mümkün olacak ve böylece ülke üzerinde dolaylı ve etkin bir yöntemle söz sahibi olma, nüfuz yaratma imkânı sağlanmış olacaktır. Yakın zaman önce, Orta Asya ülkelerinde yaşanan ve ismine 'Kadife Devrim' denilen süreçte, sivil toplum kuruluşlarının bu maksatla nasıl kullanılabileceğinin bir örneğini temsil etmektedir. Nihayetinde toplumun her tabakasına sinsice yerleşmiş bir stratejik propaganda uzun vadede başarı elde etmenin imkânını yakalayacaktır. (Yılmaz, 2006: 150–151)

2.3.2. Taktik Amaçlı Propaganda

Taktik propaganda, çok uzun bir vadeyi kapsayan stratejik propaganda sürecinde, belirlenen bir takım ara hedeflere ulaşmak maksadıyla yürütülen çabaların tümünü kapsamaktadır. Dolayısıyla stratejik propagandanın küçük çaplı bir uygulayıcısı ve tekrarıdır. Taktik propaganda da, daha ziyade stratejik propaganda için ciddi öneme haiz ara hedefler belirlemek ve yine çok hızlı bir şekilde ve kısa bir zaman aralığında netice alıcı bir tarzı yürürlüğe koyarak sonuca ulaşmaya çalışılacaktır. (Korkut, ?: 46-48; Tarhan, 2006: 49-52)

Biz, taktik propagandanın çoğunlukla savaşlarda daha yoğun bir şekilde kullanıldığına tanık olmaktayız. Düşmanın geçmişte yapmış olduğu birtakım hatalar yahut yenilgiler veya mevcut durumda içinde bulunduğu birtakım eksiklikleri bu sebepten dolayı taktik propagandanın konusu haline dönüşmektedir. Tarihsel olarak değerlendirdiğimizde pek çok farklı taktik propaganda yöntemine rastlamaktayız ki bu

meyanda, Moğol ordularının her yeni savaş öncesinde geliştirdikleri usuller bize bu konuda iyi bir örneklik teşkil etmektedir. Moğol ordu komutanları, savaş açmaya karar verdikleri ülke halkları üzerinde, yine kısa vadede sonuç alıcı bir takım taktik propagandaları hayata geçirmekteydiler. Savaştan önce birtakım tüccarlar, misyonerler yahut savaş açılacak ülke içerisinden parayla satın alınan yerli işbirlikçiler kanalıyla Moğollar, yerli halka kendilerinin ne kadar kuvvetli ve yenilmez bir orduya sahip olduklarını, girdikleri her ülkede halka nasıl korkunç muamelelerde bulundukları yönünde kapsamlı ve sürekli bir taktik propagandaya girişirlerdi. Moğollar yöntem olarak bu yolu benimserken yine başka bir örnek; Osmanlı örneği, muhteva açısından taban tabana zıt dahi olsa savaş öncesi benzeri taktik propaganda yöntemlerine başvurmakta idiler. Osmanlı askerleri; halkın arasına karışıp, eğer Osmanlı himayesini kabule yanaşırlarsa kendilerini nasıl rahat bir geleceğin beklediğine yönelik umut verici bir taktik propagandayı kullanmaktaydılar. Bu sebeptendir ki İstanbul'un Fethi sürecinde Konstantin'de yaşayan Bizans halkı Latin külahı yerine Osmanlı sarığını tercihe dönük bir tavrı geliştirmişlerdi. (Tarhan, 2006: 19)

2.3.3. Takviye Amaçlı (Destek) Propaganda

Stratejik propaganda sayesinde detaylıca planlanıp uygulanan ve taktik propaganda aşamasıyla pratiği yapılmak suretiyle neticeyi almaya dönük yürütülen çalışmaların önemli süreçlerinden biri destek propaganda aşamasıdır. Bu aşamada, yürütülen propaganda neticesinde ele geçirilen stratejik öneme haiz hedeflerin muhafazası öncelikli meseledir. Yürütülen propaganda sürecinde kazanılan başarıları muhafaza etme sürecinde destek propagandası ulaşılan imkânların devamlılığını ve hatta bunları geliştirmeye dönük bir işlevi yerine getirmektedir. Savaş sonrası ele geçirilen toprakların stabilizasyonu, imarı, maddi yardım boyutu ve halk sağlığını koruma altına alma gibi pek çok farklı sosyal sahada yürütülen taktik propaganda ile hem yerel halkın kalbi kazanılmaya çalışılacak hem de elde edilen neticeler muhkem hale getirilmiş olacaktır. Destek propagandası, özellikle savaşların başarıyla neticelendirilmesi için olmazsa olmaz bir öneme sahiptir. Günümüzde halen destek propagandası, savaşlarda belirleyici ve ayırt edici bir faaliyet türü olarak yerini korumaya devam etmektedir. Bu açıdan destek propagandası ile ilgili I. ve II. Körfez savaşlarındaki uygulamalar çok önemli örnekler olarak karşımızda durmaktadır.

I. Körfez Savaşı boyunca Amerika Birleşik Devletleri, bölgeye asker gücüyle müdahale etme sebebini, totaliter ve baskıcı bir yönetime sahip Irak hükümetinin, demokrasiyle yönetilen ve seçimle işbaşına gelmiş bir iktidara sahip olan 'özgür' Kuveyt'e yönelik girişmiş olduğu işgal projesinin karşısında yer almak gayesiyle olduğunu dünya kamuoyuna sunmaktaydı. Böylesi bir söylem, bir yandan Irak'a karşı yapılacak olan herhangi bir müdahale açısından dünya kamuoyu nezdinde bir meşruiyet sağlanmasına imkân sağlarken, diğer taraftan Irak halkıyla Irak yönetimini karşı karşıya getirmeye yönelik bir sosyal zemini de oluşturma çabasının yansıması olarak ortaya çıkmaktaydı. Böylece Irak halkına Saddam yönetimini devirmeleri yönünde açıkça bir kışkırtma ve destek verilmiş olmakta, aynı zamanda ABD tarafından yürütülen savaşın Arap halklarına yönelik değil bizzat Saddam Hüseyin iktidarı örneğinde müşahhas hale gelen tüm baskıcı idarelere yönelik olduğunun da altı çizilmiş olmaktaydı. Bunun karşısında Irak hükümeti, büyük oranda sistemsiz ve de dağınık bir propaganda yöntemini uygulamaya çalışmaktaydı. Saddam Hüseyin bir taraftan tüm bölgenin geleceği açısından stratejik bir öneme sahip olan Arap Birliği projesine vurgu yapmakta, diğer taraftan ise, bölge üzerinde devam etmekte olan her türlü batı etkisine karşı topyekûn bir başkaldırının fitilini ateşlemeye yönelik açıklamalarda bulunmaktaydı.

Bu propaganda sürecinde Saddam Hüseyin, dünya medyasının ve kamuoyunun desteğini sağlamak adına savaşın gelişim süreciyle ilgili sürekli açıklamalar yapmak suretiyle ilgi toplamanın yollarını arayacaktı. Saddam Hüseyin bu ilgiyi yoğunlaştırma pahasına çoğu kez birbiriyle çelişen haberleri yaygınlaştırmakta bir sakınca görmemekteydi. Mesela savaşın başlarında Kuveyt'i petrol politikasındaki bir takım yanlışlıkları yüzünden açıkça suçlamış, buna rağmen savaşın ilerleyen dönemlerinde ise aslında Irak ile Kuveyt'in nasıl ayrılmaz bir tarihsel bütünlüğe sahip olduğu yönünde açıklamalarda bulunmuştur. (Bektaş, 2002: 183)

Benzeri bir destek propagandası uygulamasına II. Körfez Savaşı boyunca da şahit olmaktayız. 2003 yılının Mart ayında başlayan II. Körfez Savaşı hakkında ABD'li General Westley Clark'ın yapmış olduğu açıklamalar sürecin nasıl geliştiğinin canlı tanıklığını yapmaktadır. Savaş öncesinde ve hemen başlarında Clark ve ekibinin, eski Irak'lı Generallerle irtibata geçerek onları nasıl yönlendirmeye çalıştıklarını, özelikle e-posta ve radyo yayınlarıyla sürekli olarak ABD kuvvetlerine karşı direnmemeleri yönünde nasıl bir takviye propagandasını yürüttüklerini teferruatlı bir şekilde izah

etmektedir. Bu kapsamda hatırlanacağı üzere, savaşın ana sebeplerinden biri sayılan kimyasal silah üretme ve bulundurma krizi takviye propaganda kapsamında bir malzeme haline dönüşmüş, bu silahların kullanılmaması ve tüm askeri mühimmatın ABD güçlerine teslim edilmesi yönünde bir propagandif telkine doğru evirilmiştir. Hatta bu konuda Irak halkı yerli işbirlikçiliğe çağrılmış, işgal kuvvetlerine verilecek her türlü stratejik ve lojistik destek maddi olarak mükâfatlandırılmıştır. Aynı zamanda II. Körfez Savaşı boyunca hem ABD medyası hem de Arap medyası takviye propagandasının ciddi birer destekleyicisi ve hatta uygulayıcısı pozisyonunda yayınlar yapmaya çalışmışlardır. Medya, II. Körfez Savaş'ının başından sonuna değin savaşın bir parçası haline gelmiştir. Öyle ki, Amerikan ordusu içerisinde 500 muhabir ve gazeteci görev yapmakta ve özellikle işgal güçleri lehinde bir yayın yapmak için propagandif çekimlerde bulunmaktaydılar. Savaş boyunca oluşturulmuş olan 'Enformasyon Operasyonları Özel Kuvveti', bizzat ABD'li askerler tarafından kaleme alınıp daha sonra Arapçaya çevrilen pek çok makale ve köşe yazısını, Arap yazarlar imzasıyla yerel ve ulusal Irak basınına servis etmekteydiler. Yine bu süreç boyunca bir takım Arap yazarlar da maddi imkânlar vaat edilmek suretiyle işgalin haklı olduğu yönünde ve işgal kuvvetlerini destekler mahiyette yazılar yazmaları yönünde ikna edilmişlerdi. (Yılmaz, 2006: 154)

2.3.4. Provokasyon Amaçlı-Tahrikçi Propaganda

Tahrikçi propaganda adından da anlaşılacağı üzere tahrik etmeye ve bunun hangi ölçülerde başarı elde ettiğine göre netice alacak bir propaganda türüdür. Tahrikçi propaganda da aslolan kitleyi harekete geçirmek ve bu suretle de yürütülen propagandaya bir eylemlilik kazandırmaktır. Genellikle devlete karşı yürütülen propagandalarda sıkça kullanılan bu yöntem, propaganda eliyle ayaklanma yapmaları yönünde halkı cesaretlendirir ve toplumsal bir kaosun vücuda gelmesine gayret sarf eder. Bu yönüyle tahrikçi propaganda alabildiğine hileye dayalı bir yöntemi kullanır ve düşman olarak belirlenen kitle ideolojik olarak parçalanıncaya yahut bölününceye kadar ısrarla bu yönteme devam eder. (Korkut, ?: 46-48, Bahşi, 1977: 277)

Tahrikçi-Kışkırtıcı propagandanın en somut kavramsallaştırma ve uygulamalarını Komünist Rusya örneğinde görmekteyiz. Bu açıklamaya geçmeden evvel Plekhanov'un propagandacı ile tahrikçi arsında yapmış olduğu tanıma değinmemiz yürütülen çalışmaları daha iyi anlamamızı sağlayacaktır. Plekhanov'a göre: Ortamı işlemek, bu

ortamda açıklamaları, parolaları yaymak için Bolşevizm iki türlü ajan düşünmüştü: propagandacılar ve kışkırtıcılar. Bu ünlü ayrımı yapan Plekhanov'dur: 'Propagandacı bir tek kişiye ya da çok küçük topluluklara pek çok düşünce aşılar; kışkırtıcı bir tek ya da ancak birkaç düşünce aşılar, ama koca bir insan kitlelerine. (Domenach, 1995: 33)

Plekhanov'un bu kavramsallaştırmasına paralel olacak bir şekilde, Lenin de tahrikçi propagandayı açıklarken öncelikle tahrikçiyle propagandacı arasında farklılığa dikkat çekerek bir tanımlama yapma yoluna gitmiştir. Örneğin propagandacı, toplumda sürüp giden işsizliği ya da işçi haklarıyla ilgili herhangi bir sorunu, kapitalizmin kaçınılmaz sonuçlarından birisi olarak kitleye izah etmesi gerektiğini bilecektir. Ancak Lenin kışkırtıcının (tahrikçi) ise tamamen duygulara hitap eden bir söylem tarzını kullanarak, işsizlik sebebiyle açlıktan ölen işçi ailelerinin yaşamış olduğu yürek parçalayıcı dramı tekrar tekrar anlatacak bir yöntemi kullanmaları gerektiğini söyleyecektir.

Lenin böylesi bir ajitatif propaganda biçiminin niçin uygulanmak zorunda olduğu konusunu da, yine kapitalizmin kendi zaaf ve eksikliklerinde aranması gerektiğini söyler ve faturayı yine kapitalizme çıkarır. Zira kapitalizm çok güçlü bir toplumsal ilişki biçimi ve iktidar süreci inşa etmiştir. Böylesi kuvvetli bir çarkın kırılması için de -ki bu halkın esaret zincirlerinden kurtulmasıyla sonuçlanacaktır- propagandacı fikri yönden bir ikna propagandasına girişecek, kışkırtıcı ise bas bas bağırmak suretiyle kitleyi duygusal açıdan devrime hazır bir hale getirecektir. Bu ister dini isterse de politik bir propaganda olsun, hepsi için geçerli olacak tek çözüm yoludur Lenin'e göre. (Brown, 2000, s.105; Domenach, 1995: 33-34)

Yine Domenach'in tanımıyla Hert ve Morat birer kışkırtıcıydı; oysaki Robespierre ile Saint-Just birer propagandacıydılar. Yine Mussolini hiçbir zaman iyi bir kışkırtıcı olmanın ötesine geçememişken, buna rağmen Hitler propagandacıyla kışkırtıcıya kurumsal bir zeminde birleştirmiş başarılı bir propagandistti. (Domenach, 1995: 34)

Buradan hareketle Refik Korkud'un propaganda ile tahrik arasında yapmış olduğu ayrıma değinmemiz konunun çerçevesini özetlemek açısından bize kolaylık sağlayacaktır. Korkut; propagandayı bir inanç ve fikir değiştirme çabası olarak görmekte; tahriki ise kanaatleri değiştirilmiş kitlelerin bu değişime uygun bir eylemlilik haline geçmeleri olarak tanımlamaktadır.

Yine propaganda aşıladığı fikir ve inançlar vasıtasıyla kitleyi gerilim haline getirir, tahrik, bu gerilimi eyleme çevirmek ister.

Korkut; propagandayı bir fikir kabul ettirme çabası olarak görmekteyken, tahriki, eyleme başlatmak için duyguya hitap etme çabası olarak tanımlamaktadır.

Tahrik propaganda ile ortaya atılan fikirlerin yayılması safhasını takiben bu fikirlerin billurlaştırılması safhasında başlatılır.

Bu sebepten propaganda taraftar kazanmakta kişileri, bireyleri hedef alır, tahrik ise kitleye hitap ederek, kitle eylemleri oluşturmak ister. (Korkut, ?: 61)

2.4. Propaganda ve Eğitim

Propaganda üzerine yapılan tüm çalışmalarda eğitim ile propaganda arasındaki yöntem farklılığı konusuna özellikle değinilmiştir. Böylesi bir izah çabasının pek de haksız sayılamayacağı, propaganda ile eğitimin yöntemse açıdan çoğu noktada yollarının kesişiyor olmasında aranmalıdır. Neticede hem propaganda hem de eğitim öncelikle insanı ve oradan hareketle de tüm toplumu belli ölçülerde değiştirme amacını güden iki farklı yöntem olarak karşımızda durmaktadırlar. Dolayısıyla propaganda ile eğitimin yöntemsel olarak karşılaştırılması, farklılık ve benzerliklerinin ortaya konulması konumuz açısından oldukça ehemmiyetlidir. Çünkü 20. yüzyılda siyasi iktidarlar; en az propaganda kadar eğitimi de iktidarın bir yedekleyicisi ya da yaygınlaştırma aracı olarak kullanır olmuşlardır.

Öncelikle şunu belirtmek gerekir ki, propaganda ile eğitimi birbirinden ayırmak oldukça kolaydır. Çünkü eğitim; amaç olarak düşünce özgürlüğünü ve insan haklarına saygılı bir hayatı idame ettirmeye yönelik çalışırken propaganda bunun tam aksine karşısındaki her kim olursa olsun ona daima önceden belirlenmiş bir takım dogmaları, hükümleri hazır birer reçeteymiş gibi kabul etme gayreti içerisindedir. Bu sebepten eğitim özgürlükçü bir forma sahipken propaganda tahakküme dayalı bir yapıyı kendi içinde barındırmaktadır.

Yine eğitim; insanın doğumundan ölümüne kadar geçireceği hayatı belli evrelere ayırmayı uygun görmüştür. Bu süreci insanın gelişmesi açısından değerlendirmekte, her döneme ait bir usulü uygulamaya koymaktadır. Propaganda için ise esas olan, insanın düşünme melekelerini köreltmek maksadıyla zihnini dumura uğratmak ve bu sayede istenilen yönde değişikliği gerçekleştirebilmek için fikri ve de fiziki bir köleleştirmeyi mümkün kılmaktadır. Zira bu, eğitimin uzun soluklu ve zamana yayılmış yöntemine karşı propagandanın bir an önce sonuç almaya dönük, aceleci yaklaşım biçimini de bize izah etmektedir.

Eğitim öncelikle bireyi hedef alan bir sosyal modellemeyi inşa etme gayretindedir. Dolayısıyla eğitim açısından önemli olan şahsiyetli ve iyi eğitim almış bireylerden oluşan bir toplumu oluşturabilme çabasıdır. Propaganda ise bunun tam zıttı bir yaklaşım biçimi ile direkt toplumu hedef alan bir çabayı ortaya koymaya çalışacaktır. Nitekim tüm propaganda çalışmaları toplumu kontrol altına aldıktan sonra, toplum içerisinde erimiş ve kendisini sürü psikolojisine kaptırmış birer kul vatandaş arzulamaktadırlar.

Eğitim doğası gereği farklılıklara ve çok renkliliğe açık bir yöntemi benimsemektedir. Ancak bu şekilde, farklılıkların güce dönüştürülerek bir toplum oluşturulabileceğini varsayar. Propaganda içinse makbul olan, tek tip bir insan ve toplum modelidir. Bu açıdan çok düşünmeyen, çok konuşmayan lakin alabildiğine itaatkâr ve uslu bir toplumun en ideal toplum örgütlenmesi olduğunu kabul eder. (Brown, 2000: 19)

Eğitim, muhakeme yeteneğini geliştirmek için, doğrulara farklı yöntemlerle ulaşılmasını elzem görürken; propaganda için tek doğru vardır ki bu da ancak tek bir kaynaktan, tek bir şekilde ve tek bir hedefe doğru bir seyri takip edebilecektir. Bunun aksi bir durumda propaganda için kaos vaziyeti söz konusu olur ki, propaganda kaostan çok düzen yanlısı bir doğaya sahiptir. Bu özelliği propagandanın sürekli dogma üreten yapısından kaynaklanmaktadır. Bu süreçte dogmalar da tek bir kaynağı refere edebilir. Aksi söz konusu olduğunda propagandanın hedeflemiş olduğu toplumsal birlik hali söz konusu olmayacaktır. Bu açıdan komünist Rusya için 'Das Capital' ne ise, Nasyonel Almanya için de 'Kavgam' odur.

Yine eğitim, toplumsal gerçekliği önceleyip, bunun arayışını temsil etmekteyken; propaganda için gerçek alabildiğince sübjektif bir kavramdır. Gerçek kimi zaman yalana, kimi zaman hiç olmayan bir şeyin var olarak kabulüne yahut mevcut gerçekliğin çok kolay bir şekilde yok oluşuna dönüşebilmektedir.

Eğitim, insanlara öz güven sağlayan ve bu ontolojik güven duygusundan hareketle hayatı tanımlayan bir yapıya sahipken, propagandanın temel argümanı güvensizliği alabildiğine yaygınlaştırmaktır.

Şuurlu bir şekilde yürütülen bu özgüven krizi yaratma çabası, zamanla kitlelerin kendisini emniyetsiz, huzursuz ve sürekli tehdit altında olduğuna dair bir paranoya halini içselleştirmeleriyle sonuçlanacaktır. Burada devreye girecek olan propaganda

içerikli söz ve semboller kendisini kaybetmiş bir kitleyi arzulanan istikamette bir yöne doğru kolayca taşınmasıyla neticelenecektir. (Özsoy, 1998: 11)

Aynı zamanda eğitim evrensel olana doğru hareket eden yönüyle elbette yerelliği ıskalamayan fakat tüm toplumların ortak bir eğitim fikri ve kanaati etrafında, asgari müştereklerde buluşabilecekleri bir yöntemi benimsemektedir. Propaganda ise, eğitimi kendi amaçlarının yılmaz bir uygulayıcısı olarak görür sadece. Bu konuda komünist Rusya'da uygulanan propaganda yöntemi, iktidarın eğitimi nasıl güçlü bir propaganda aygıtı haline getirdiğinin de bir izahıdır. Leninci öğretim anlayışının üç sacayağı üzerine oturmuş olduğunu söyleyebilir: Propaganda, kışkırtma ve eğitim. Tüm ülke sathına yayılmış her türlü okul ve eğitim kurumu da bu üçlü sacayağının uygulama safhasına geçtiği en önemli alanlardır. Politika seminerleri, olgunlaşma okulları, inceleme dernekleri, neticede yüz binlerce propagandacı ve kışkırtıcının yetişme alanlarındır. Burada yürütülen eğitimlerde, Marx'ın, Engels'in, Lenin'in, Stalin'in, Mao Tse-Tung'un yazmış olduğu kitaplarda birer ders kitabı biçiminde okutulmaktadır. Böylesi bir eğitim süreci sonrasında yetişen yüz binlerce insan, sistem misyonerliğini yerine getirmek için, tüm dünyaya yayılmaktadırlar. Kimi zaman fabrikalardaki 'kızıl köşeler' bazen köylerdeki 'okuma evleri' yahut şehirlerdeki kültür dernekleri ve spor kulüpleri bu propagandanın yürütüldüğü mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. (Domenach, 1995: 38–39)

Kimi zaman ise; en aşağıdan en tepeye varıncaya değin tüm eğitim sistemi, propagandanın uygulayıcıları tarafından harfiyen belirlenir ve sonunda ortaya trajik-komik bir eğitim anlayışı çıkar. Bunun en başarılı uygulamasını Nasyonal Almanya örneğinde görmekteyiz. Hitler uzun bir uğraş neticesinde iktidar koltuğuna oturur oturmaz ilk önce eğitim ile ilgili ciddi bir beyin yıkama faaliyetine girişmiştir. Hitler en küçük yaştaki çocukların eğitim gördüğü okullar başta olmak üzere, tüm okullarda ırk bilgisine ve ırk tarihine yönelik dersleri zorunlu olarak koymuş aynı zamanda spora ve askeri eğitime dayalı bir müfredatın takipçisi olmuştur. Yine genç kız ve erkeklerin ve de yetişkinlerin eğitimi için özel siyaset okulları açılması yönünde çalışılmıştır. Nazi propagandasını yaygınlaştırmak maksadıyla kurulan gençlik örgütlerinde ve okullarda yaygın bir şekilde sert askeri disiplin ve terbiye uygulanmaktaydı. Böylece toplumun her bir ferdi, kendisini önderine her an adayacakmış bir halde hayatını devam ettirecek bir eğitime dâhil olmaktaydı. (Özsoy, 1998: 140) Nazi Almanya'sında bütün öğretmenlerin Nazi Partisine üye olmaları, en azından duygu olarak Nazi olmaları

bekleniyordu. Yahudilerin öğretmenlik yapması yasaktı ve her öğretmen Hitler'e bağlılık yemini ediyordu. Üniversite öğretmenliği yapmak isteyenler altı haftalık bir gözetimden geçiriliyordu ve bunun sonunda lisans alıyorlardı. Çıkarılan bir kanuna göre S.A. Çalışma Hizmetlerinde Hitler Gençlik Örgütünde hizmet etmemiş olanlar öğretmen olamıyordu. N.S. Üniversite Öğretim Üyeleri Birliği, kimlerin Nazi kurumlarına göre neler öğreteceklerini kesin olarak tayin ediyordu. (Özsoy, 1998: 304)

3. PROPAGANDANIN ÇEŞİTLERİ

3.1. Kaynakları Bakımından Propaganda

3.1.1. Beyaz (Açık) Propaganda

Beyaz propaganda; kaynağı net olarak bilinen ve propaganda yapanları tanıtmaya yönelik olarak yürütülen, açık/net bir propaganda yöntemidir. Dolayısıyla konusu, nasıl ve ne şekilde yapılacağı ve hangi kitleye dönük uygulanacağı konusunda bir bilinmezliğin aksine herkesçe kolaylıkla bilinebilecek bir yapıya sahiptir. (Tarhan, 2006: 37; Korkud, ?: 46-48)

Beyaz propaganda; yönteminin kolaylığı yanında uygulanması oldukça zor pek çok yönü de bünyesinde barındırmaktadır. Öncelikle beyaz propaganda herkes tarafından çok açık bir şekilde tanınma özelliğine sahip olduğundan, propagandayı uygulayacak olan kadronun da elbette toplum nazarında itibar sahibi olan, bilinen insanlardan oluşması zorunluluğu, propagandayı yürütecek olan ekibin attığı her adımda çok dikkatli ve de titiz davranmasını da mecbur hale getirecektir. Çünkü beyaz propaganda, öncelikle doğruluk ilkesi üzerine bina edilecektir. Yürütülen propaganda süresi boyunca, propagandacıların kullanmış oldukları her türlü haber, mutlak manada doğru ve güvenilir olmalıdır. Zira güven faktörü beyaz propagandanın bir diğer önemli özelliğidir. Kaynağı, yöntemi ve muhatabı aleni bir şekilde bilinen bir propaganda yöntemi, ancak doğruluktan ödün vermeden ve halkın mutlak manada güvenini tesis ederek başarı elde edebilecektir. Propagandacıların böylesine bir şeffaflık yönünün ön plana çıkması, propagandaya karşı direnme azminde olacak güçlerin de işini oldukça zorlaşacaktır. Zira kitle açısından öncelikle konu haberin doğruluğundan çok, haberin kim ya da kimler tarafından söylendiğidir. Eğer beyaz propagandayı uygulayacak olan ekip, kendi üzerinde böyle bir güveni tesis edebilirse, propagandanın başarıya ulaşması içten bile değildir. Bu sebeple propagandayı kullanacak olan merkez, hangi şart içerisinde olursa olsun, yürütmüş olduğu propagandaya yalanı ve asılsız haberi asla karıştırmamalıdır.

Bununla birlikte beyaz propagandacılar, karşı tarafın eksik ve zaaf içerisinde oldukları yönlerini de iyi tespit etmeli ve kimsenin karşı çıkamayacağı bir üslupla propagandasının malzemesi haline dönüştürebilmenin yollarını aramalıdır.

Biz, yakın tarihte, özellikle Hitler örneğinde, beyaz propagandanın uygulanışına çokça tanık olmaktayız. Hitler iktidara gelmeden önce, neredeyse bütün Alman halkının

muzdarip olduğu pek çok toplumsal meseleyi propagandasının malzemesi haline getirmeyi ustalıkla başarmıştır. Nitekim I. Dünya Savaşı sonrasında taraflar arasında imzalanan Versailles Anlaşması, Almanya açısından çok ciddi bir siyasi, ekonomik ve toplumsal yıkımı beraberinde getirmekteydi. Hitler bu ekonomik buhranı propagandasının güçlü bir malzemesi haline getirme konusunda muvaffak olmuştur. Aynı şekilde Hitler; I. Dünya Savaşı'ndan mağlup ayrılan Alman ordusunun yenilen onurunun yeniden tesisi için Alman ırkının diğer tüm ırklardan nasıl üstün olduğunu anlatmış, adeta Darwin'in biyolojide gerçekleştirdiği yöntemi toplumsal psikolojide uygulamak suretiyle, Alman halkının yitirmiş olduğu güvenini yeniden kazandırmayı bilmiştir. (Tarhan, 2006: 32) Böylece Nasyonal Sosyalizm, haklı ve doğru pek çok toplumsal isteği başarılı bir manevrayla propagandasının konusu haline dönüştürmek suretiyle hedeflerine adım adım ulaşmış olacaktır.

3.1.2. Gri (Bulanık) Propaganda

Gri propaganda, yöntem açısından tam bir kaosu ifade etmektedir. Bu propagandanın kaynağı alabildiğine belirsizdir. Dolayısıyla yürütülen propagandanın doğruluğu kanıtlanamaz bir hal almaktadır. Bununla birlikte, yaygınlaşan haberin yalan mı yoksa gerçek mi olduğu da propagandaya muhatap kitle açısından bir bilinmezi ifade etmektedir. Gri propagandanın ana malzemesi rivayetlerdir. Kitle düşünmekten çok dinlemekten; araştırmaktan çok olduğu gibi kabul etmekten hoşlandığı için, gri propaganda rivayetleri sinsice kullanmaya gayret sarf edecektir. Böylece birer hikâyeymiş gibi her türlü haber kitle tarafından dinlenir ve kolayca kabul edilir hale gelecektir. Gri propaganda insan üzerinde propaganda hissi doğurmaz. Propagandayı çıkaranlar belirsiz olduğu için, gri propaganda da en heyecanlı konular bile rahatça kullanılabilecekti. (Tarhan, 2006: 38)

Yine aynı şekilde kullanılacak kaynağın gizli, yarı gizli ve yahut kapalı olmasına göre de uygulanacak gri propaganda farklılık gösterebilir. Uygulanış safhasında da genellikle adından da anlaşılacağı üzere bulanık bir yöntem çoğu zaman tercih edilir. Neyin yalan neyin gerçek olduğu; söylenenlerin kim tarafından, ne zaman ve ne şekilde söylendiği alabildiğine belirsiz olduğundan, çoğu kez muhatapları açısından en tehlikeli propaganda olarak tarif edilmektedir.

Gri propaganda özellikle siyasi iktidarlar tarafından günümüzde çok yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye'nin yakın tarihinde de böylesi kullanımlara çokça

tanık olmaktayız. Örneğin 2 Mayıs 1960 askeri darbesi öncesinde pek çok gri propaganda yöntemine tanık olmaktayız. Bu sayede gri propagandayı yürütenler tarafından pek çok kaynağı mesnetsiz haber toplum içerisinde kolaylıkla yaygınlaştırılıyordu. Bunlardan birisi, ihtilalin sebeplerinden birisi sayılan öğrenci hareketleriyle ilgili olarak söylenen İstanbul Üniversitesi olayıydı. Rivayete göre İstanbul Üniversitesi'nde protesto eylemlerin katılan pek çok öğrenci güvenlik güçleri ve hükümet görevlileri tarafından yakalanıp öldürülmüş, daha sonra ise etleri parçalanıp kıyma olarak çekilmiş ve sokak köpeklerine yedirilmiştir. Bu gri propaganda toplumda çok üst düzeyde bir infiale yol açmıştır. Bu haberin yaygınlık kazanmasından menfaat uman güçler ise hükümet aleyhine olumsuz bir kanaatin kabul görmesinin yolları bu rivayetten hareketle hayata geçirmeye çalışacaklardır. (Kumkale, 2006: 121) Neticede ihtilal sonrası yapılan mahkemeler sonrası anlaşılacaktı ki, böyle bir durum söz konusu bile olmamıştı fakat halk bu habere o derece inandırılmıştı ki herkes Yassı ada Mahkemeleri son bulana değin; bu işi yaptığı öne sürülen güvenlik güçlerinin yargılanmasını beyhude bir şekilde beklemişti.

Dünya kamuoyunda ise, benzeri pek çok gri propaganda örneğine şahit olmaktayız. Özellikle 1945 ile 1990 yılları arasında Sovyet Rusya ve Amerika Birleşik Devletleri arasında yaşanan ve soğuk savaş olarak adlandırılan dönem boyunca her iki tarafta gri propagandayı çok yoğun bir şekilde kullanmışlardır. Amerika'nın 1961'de gerçekleştirdiği Domuzlar Körfezi çıkarması sırasında, Amerika'nın Sesi Radyosu, yürütülen gri propagandanın kalelerinden birisi olmuştu. Yine benzeri bir örneğe Sovyet Rusya'nın Afganistan işgali sırasında rastlamaktayız. İşgal döneminde Sovyet televizyonlarında; 'Afganistan: Bir Devrim Öldürülemez' konulu belgesel, yürütülen gri propagandanın en güzel örneklerinden birisiydi. Programda; ortaya çıkan çatışmanın, dış güçlerin kışkırtması sonucu meydana geldiği, CIA'nın Afganistan'da nasıl hainee faaliyetler içerisinde olduğu ve buna karşın Sovyet askerinin aslında birer kurtarıcı olarak Afganistan'da bulunduğuna yönelik pek çok asılsız haberden oluşan bir seyir takip edilmişti. (Bektaş, 2002: 37–38)

3.1.3. Kara (Sinsi) Propaganda

Kara propaganda adından da anlaşılacağı üzere sinsi ve karanlık bir yöntemi kendisine yol edinmektedir.

Kara propaganda aslında bir kargaşa ve kaos halini temsil eder. Yürütülecek olan propagandanın kaynağı ve konusu bazen alabildiğine belirsiz, bazen ise belli fakat yalan yanlıştır. Her iki halde de kara propaganda, kendisini alabildiğine gizli tutabilmenin gayreti içerisinde olacaktır. Buradan hareketle propagandası boyunca; her türlü hile, sahtekârlık, entrika, yalan, fitne ve dolandırıcılık en önemli yardımcı kuvvetleridir. Kaynağı anlaşıldığı zaman yürütmüş olduğu propagandanın tesiri yok olacağından, bu gayri ahlaki pek çok özelliği itinalı bir şekilde kullanmaktan asla geri durmayacaktır. Bu sayede, toplumda kabul görmüş her türlü fikir ve inanç yerle bir edilecek, sosyal ve ekonomik tüm toplumsal bağlar önce zayıflatılmak suretiyle adım adım yok edilmeye çalışılacaktır. Böylece toplumsal güven hali yerini tam bir toplumsal kaosa bırakacak ve propaganda istenilen hedefe ulaşmış olacaktır. (Korkut, ?: 46-48; Tarhan, 2006: 41-43)

Kara propaganda, tanımlardan da anlaşılacağı üzere, her türlü tekniği kapsar ve hileye dayalı yöntemiyle hedef kitlenin toplumsal, kültürel veya siyasi olarak değişimini hızlı hale getirmeye çalışır. Aşağıda vereceğimiz dört farklı örnek, kara propagandanın uygulanışı açısından izah edici olacaktır.

Birinci örneğimiz I. Körfez Savaşı sırasında Kuzey Irak üzerinde gerçekleştirilen kara propaganda uygulamasıdır. ABD'nin harekâta girişmesinin hemen sonrasında, Saddam Hüseyin'in Irak'ta yaşayan tüm Kürt halkını keseceği yönünde yürütülen ısrarlı kara propaganda çok geçmeden neticesini verecektir. Bu propaganda neticesinde kar-kış- kıyamet demeden tam altı yüz bin insan, adeta yangından kaçıyormuşçasına topraklarını terk edip Türkiye sınırlarına dayanmıştı. (Kumkale, 2006: 121)

İkinci örneğimiz; II. Dünya Savaşı'nda Almanya'nın İngilizlere yönelik yürütmüş olduğu radyo propagandasıdır. II. Dünya Savaşı sırasında Hitler'in "Deniz Aslanı Harekâtı" adı verilen Britanya'yı istila planı öncesinde kurmuş olduğu "Yeni İngiliz Yayın İstasyonu" ismiyle yayın yapan ve sözde İngiliz muhalifleri tarafından idare olunan bir radyo istasyonu her gün her biri 'Loch Lemond' ile başlayan ve 'Tanrı Kral'ı Korusun" marşı ile sona eren yarımşar saatlik programlar yapmaktaydı. Bu radyo istasyonunun yayınları savaş haberlerinden ibaretti ve gerçekte "Britanya Savaşı" adı verilen bir radyo propagandası ile, savaş süresince Britanya ahalisinin moralini bozma amacına yönelik bir Alman gizli operasyonundan başka bir şey değildi. (Bektaş, 2002: 36)

Üçüncü örneğimiz, II. Körfez Savaşı öncesinde gerçekleştirilen kara propaganda örnekleridir. Amerika Birleşik Devletleri'nin başını çekmiş olduğu müttefik kuvvetler,

Irak işgaline haklı bir gerekçe oluşturabilmek için çok uzun bir zaman boyunca 'Irak'ta bulunan kitle imha silahlarının varlığına son verilmesi' talebini merkeze alan bir propaganda faaliyetine girişmişlerdir. Benzeri bir şekilde, Irak hükümetinin elinde mevcut olduğu ileri sürülen ve ismine 'cehennem topu' denilen bir askeri silah ise iddialara göre binlerce metre uzaklıktaki bir hedefi çok rahat vurabilecek bir güce sahip idi ve bu dünya barışına ciddi bir tehdit oluşturmaktaydı. Kitle imha silahları üzerinden yürütülen propaganda ile bütün dünya kamuoyu aynı tehdit altında Irak aleyhine birleştirilmeye çalışılırken, cehennem topu ile de başta Türkiye olmak üzere Irak'a komşu pek çok ülke halkının da Irak'tan ve hükümetinden rahatsız bir hale gelmesi dahası yapılacak işgalinde en azından desteklenmese bile karşı çıkılmasının önü alınmış olacaktı. (Kumkale, 2006: 122)

Bu konuda verebileceğimiz diğer bir örnek ise, Hür Macaristan Radyosu örneğidir. 1956 yılında Ruslar, Komünist idareyi devirmeyi amaçlayan halk ayaklanmasını ezmek için Budapeşte'ye tanklarını gönderdiklerinde, bu radyo istasyonu tüm dünyanın dikkatini çekmiş ve sempatisini kazanmıştı. Hür Macaristan Radyosu'nun ABD'ye yönelttiği ateşli yardım çağrıları ise tüm dünyada acıma hisleri uyandırmıştı. Bu radyo istasyonunun yayınlarında Rus mezalimi en iğrenç detaylarıyla anlatılıyor ve her yayında Ruslara sayılıp sövülüyordu. Gerçekte ise radyo istasyonu Sovyet istihbarat teşkilatı KGB'nin şeytanca bir hilesiydi ve amacı ABD'yi utandırmaktı. Amerikalıların propagandasını yapan "Hür Avrupa Radyosu" (Radio Free Europe)'un isyandan önce bir halk ayaklanmasını ABD'nin destekleyeceği yolunda yapmış olduğu yayınlara karşın ABD'nin Macaristan'a asker gönderme ihtimali nerede ise sıfırdı ve Sovyetler Birliği, Hür Macaristan Radyosu'nu ABD'nin ihtilal sırasında dayanılacak bir güç olmadığını göstermek için kullanmıştı. Radyo o denli etkili idi ki, Amerikan Merkezi Haber alma Teşkilatı (CIA) söz konusu istasyon yayınını kestikten sonra bile bunun bir Sovyet propaganda aracı olduğunu anlayamamıştı. (Bektaş, 2002: 36–37)

3.2. Konusu Bakımından Propaganda

3.2.1. Siyasi Propaganda

Siyasi propaganda özü itibariyle iki şekilde gerçekleşecektir. Birincisi; mevcut iktidarların bizzat kendi yönetimlerini güçlendirmek yahut güçlü göstermek maksadıyla yürüttükleri tüm faaliyetlerinin bütünü olarak. Diğeri ise, bir milletin bütün sosyal ve

siyasi kurumlarına yönelik, toptan bir yıpratma ve yok etme faaliyeti mümkün kılmaya çalışarak. (Korkut, ?: 46-48)

Siyasi propagandanın, bu her iki farklı kullanımına da tarihin belli dönemlerinde sıkça rastlamaktayız. Bir örnek olması açısından incelendiğinde, Osmanlı Devleti'nin son dönemleri siyasi propagandanın yoğun bir şekilde kullanılmasına şahitlik etmektedir. Nitekim dünya siyasetindeki yerini ve siyasi ağırlığını kaybetmeye yüz tutan Osmanlı yönetimi, özellikle de otuz üç yıllık bir iktidar dönemine sahip olan II. Abdülhamit döneminde siyasi propaganda bir yöntem olarak sıkça başvurulan bir uygulamaydı. II. Abdülhamit, hem ülke içerisinden yükselen çatlak sesleri susturabilmek, hem de dışarıdan gelen ciddi kışkırtma ve saldırı politikalarını göğüsleyebilmek adına çoğu kez gri ve bazen de kara propaganda yöntemlerini siyasi propagandanın hizmetinde kullanmaktan geri durmamıştır. Örneğin Avrupa'da hem okuyan hem de yeni bir yönetimin hayat bulması için fikri çalışmalarda bulunan gençlere; Jöntürklere, yönelik tam bir siyasi propaganda yöntemini uygulamıştır. Bu maksatla görevlendirmiş olduğu Ahmet Celalettin Bey, pek çok kez başarısız olmasına karşın, ısrarla padişahın teklif ettiği maddi imkanları ve iktidarın değişeceğine yönelik telkinlerini Jöntürklere propaganda etmiştir. Nihayetinde Avrupa'daki gençlerin başı sayılan Mizancı Murat'la belli şartlar etrafından yapmış olduğu anlaşma neticesinde, Jöntürklerin padişah aleyhinde fikirleri yaygınlaştırma çabalarının önüne geçilmeye çalışılmış ve bu konuda kısmen de başarı sağlanmıştır. (Özsoy, 1998: 133)

Yine I. Dünya Savaşı bitiminde, ABD Başkanı W. Wilson'un tüm çarpışan taraflara ithafen hazırlayıp, teklif için sunduğu on dört maddelik prensipleri de, kurnazca bir siyasi propagandanın yürürlüğe konmasından başka bir şey değildi.

Neticede Wilson prensiplerinin nihai amacı savaş sonrasında yenik çıkan Osmanlı Devleti başta olmak üzere yenilen diğer tüm ülkelerin toplumsal ve siyasi bir yok oluşa doğru sürüklenmesini sağlamaktı. Özellikle bir madde; self-determinasyonu öngören madde, bu sürecin baş mimarı olmaktaydı. Madde gereğince her ülke kendi içerisinde yaşayan farklı etnik unsurlara kendilerini yönetme hususunda imkân tanıyacak, böylece dünya üzerinde yaşayan tüm milletler özgürlüğe kavuşmuş olacaklardı. İlk bakışta, çok normal bir hakkın dile getirilmesi gibi gözüken bu madde, uygulamaya geçildiğinde ne İngiliz İmparatorluğu için ne de Fransız İmparatorluğu için bir zorunluluk şeklinde kabul edilmişti. Buradaki asıl maksadın kendi bünyesinde pek çok etnik ve de siyasi unsuru barındıran Osmanlı Devleti'nin adım adım parçalanmasına yönelik olduğu çok

geçmeden fark edilecektir. Nitekim Balkanlar'da, Kafkaslar'da, Ortadoğu'da ve Afrika'da yaşayan halklar üzerinde bu madde çok ciddi bir yankı bulmuş ve her topluluk self determinasyon hakkını talep eder olmuştur.

Bu niyetin en çarpıcı örneğini bu prensipleri bizzat ortaya atan Başkan Wilson'un kendi ifadelerinden yola çıkarak kolayca anlamak mümkündür. 1919 yılı başındaki Paris Konferansı'nda İngiltere Başkanı Llayd George Amerikan Başkanı Wilson'a Türklerin İstanbul'da kalıp kalamayacaklarını sorduğunda, Başkan Wilson uluslar arası ilişkilerde görülen çifte standarda en iyi örneklerden biri olabilecek cümlelerden birini söyledi ve 'Türkler Avrupa'da çok uzun zaman kaldılar. Onlar artık oradan tamamen temizlenmelidirler.' Diyecekti. (Özsoy, 1998: 154-155)

Aynı şekilde siyasi propaganda, iktidarın güç gösterilerine ve seçim kampanyalarına da yardımcı olacak bir biçimde de sıkça kullanılmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak 1984 senesinde gerçekleştirilen Amerikan Başkanlık seçimleri öncesinde yaşananlar bunun en canlı kanıtını oluşturmaktadır. 84 seçimlerinde mevcut Başkan Ronald Reagan'ın rakibi, tüm televizyon programlarında sürekli olarak sadece Reagan'ı eleştirerek vaktinin çoğunu geçirmekteydi. Buna karşılık Reagan ise büyük oranda sessiz kalışı ile ilgili gazetecilerin kendisine yönelttikleri sorulara cevaben Reagan; zaten rakibinin günün neredeyse tamamında kendisi adına yeterince reklâm yaptığını, bunun üzerine pekte bir şey söylemenin lüzumlu olmadığını söyleyecekti. Bu sayede farkına varılmadan Reagan'ın daha çok reklâmı yapılmış ve ismi daha çok konuşulmuş oldu. Reklâmın iyisi kötüsü olmaz, reklâm reklâmdır sözü gerçek olmuş ve seçimleri Reagan çok rahat ve farklı biçimde kazanmıştır. (Özsoy, 1998: 117)

Son olarak, siyasi propagandanın asıl amacı olan toplumsal kontrolü en genel manasıyla gerçekleştirilmesi süreci ile ilgili A. Toffler'ın enfes yorumu konuyu özetler niteliktedir. Toplum kontrolcüleri açısından nüfusu ahmak tutmanın pek çok yararı vardır. Kişi ne kadar az zeki olursa dışarıdan kontrole karşı o kadar dayanıksız olur. A. Toffler'e göre, bu amaçla haki giysili yanlı yorumcular yıllar boyunca sürekli olarak hep altı araç kullanmışlardır.

> "Bunlar insanın zihnini burmak için kullanılan kerpetenler gibidir. Bunlardan en yaygını zulüm suçlamasıdır. İkinci araç, savaştaki kozları abartmalı bir şekilde şişirmektir. Üçüncü, zihin burma aracı, hasmın şeytanlaştırılması veya insanlıktan uzaklaştırılmasıdır. Dördüncü bir araç "Bizimle olmayanlar bize karşıdır" mantığı ile kutuplaştırmadır. Beşincisi, kutsal onaya sahip olma iddiasıdır. Son olarak, belki de en güçlü zihin burucu

araç, meta propaganda, karşı tarafın propagandasını yalanlayan propagandadır." (Yılmaz, 2006: 151)

3.2.2. Askeri-Silahlı Propaganda

Askeri Psikoloji isimli eserinde Sioneit diyor ki, propaganda, niyetlenilen maksadın ruhuna göre yapılmalıdır; ancak bu ruh, propaganda için kullanılacak doğru şekli bize gösterecektir. Diğer propagandadan ziyade askeri propaganda, çok makul fikirleri esas kullanmak mecburiyetindedir. (Ecevit, 1943: 20)

Askeri-Silahlı propagandanın iki uygulanış biçimi söz konusudur. Birincisi bizzat devletler ve orduları eliyle yürütülen askeri propagandadır. Bu neredeyse, tüm askeri uygulamaları içine alacak bir tarzda biçimlenmektir. Diğeri ise, bazı gruplar, etnik kökenli milliyetçi yapılar yahut terör örgütleri eliyle gerçekleştirilmek olandır.

Özellikle günümüzde çok yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan terör yoluyla askeri propaganda da asıl amaç, bu yöntemi benimseyen grubun varlığını ispat etmeye çalışması ve ne derece etkin bir yapıya sahip olduklarını gösterme gayreti olarak ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla terör grupları, medyanın da ciddi desteğinden yararlanarak böylesi eylemlere girişirler. Zira medya için sıradan bir haberin pek de bir önemi yoktur. Oysa ki sansasyonel ve korkunç bir hadise haber değeri yüksek bir malzemedir. Bu açıdan medya farkında olmadan çoğu zaman, askeri propagandanın bir malzemesi haline dönüşmektedir. (Brown, 1992: 37–44)

Devlet tarafından uygulanan askeri propaganda ise, neticesinde savaşı kazanmaya dönük gerçekleştirilen eylemlerin bütününü kapsayacaktır. Dolayısıyla tarihteki hemen her savaş bize çok fazla örnek sunmaktadır. Konuyla ilgili I. Dünya Savaş'ı sırasında yaşananları hatırlamak, askeri propagandanın nasıl hayata geçirildiği hususunda yeterli olacaktır. I. Dünya Savaşı boyunca hem itilaf devletleri hem de ittifak ülkeleri birbirlerini çoğu kez aslı astarı olmayan, uydurma pek çok rivayetle itham etmişlerdi. Savaş boyunca Almanlar dünya kamuoyuna; düşman çocuklarının ellerini kesen, cesetleri dev kazanlarda kaynatıp bunlardan sabun üreten, esirlerin neredeyse tamamını çarmıha geren ve din adamlarını çan kulelerinde sallandıran bir barbarlar topluluğu olarak lanse edilmeye çalışılmıştır. Almanlar da buna cevaben düşman saflarını; domdom kurşunu kullanan, Afrika'dan ve Asya'dan seçilmiş vahşi/ilkel insanlardan oluşan askeri birlikler kuran ve bunlarla barbarca katliamlara girişen bir birlik olarak dünyaya tanıtmaya çalışmıştır. (Brown, 2000: 75–76) Savaş propagandası kapsamında

en çok kullanılan propaganda türü kara propagandadır. Kaynağının alabildiğine belirsiz oluşu, tamamen yalana ve iftiraya dayalı bir yapıya sahip olması ve gizliliğe büyük önem vermesi kara propagandanın savaş propagandası kapsamında kullanılması için yeter sebepler olarak gözükmektedir.

Bu sayede; düşman tarafın moral değerleri altüst edilmeye çalışılacak ve propagandist kendi saflarında güçlü bir birlik duygusunu hâsıl edebilecektir. Savaş propagandası, böylesi bir hali oluşturmak maksadıyla genel de bir takım yöntemlere kaçınılmaz olarak başvurmak zorundadır:

Örneğin kendi saflarında savaş süresince oluşabilecek tüm olumsuz şartları, tahrip edici boyutlara ulaşmadan sürekli bir psikolojik saldırı ve yansıtma yöntemini uygulamak suretiyle düşman safına doğru yönlendirmeye çalışacaktır.

Yine; her insan savaşın kötü olduğunu ve sonuçları açısından da hiç kimseye bir fayda getirmeyeceğini bilir. Bu kabullenmişlik halini ise propagandacı, kullanacağı rivayetler ve yaygınlaştıracağı korkunç ve dehşet içeren haberlerin kolayca yeşermesini sağlayacak bir zemin olarak kabul edecektir. Özellikle zor durumda kalan bir insanın, kendisine sürekli olarak doğruyu söylediğini telkin eden bir kişiye inanması durumunda olduğu gibi, savaş sırasında da kendisini yalnız ve savunmasız hisseden askerler de komutanların ağzından çıkacak olan her söze yahut etrafta dolaşan her türlü dedikoduya teslim olup inanmaktan başka bir yol bulamayacaklardır. Bu psikolojik halden askeri propaganda üst düzeyde yararlanmanın yollarına bakacaktır. Böylece; propagandayı yürüten ekibin benimsenmesini istediği herhangi bir fikir kolaylıkla yaygınlık kazanacaktır. (Brown, 2000: 75–76)

Askeri propagandanın çarpıcı bir uygulanışını, I. Körfez Savaşı sırasında Amerikan askerlerinin Iraklı askerlere dönük geliştirdiği askeri propaganda örneğinde görmekteyiz: Körfez savaşı boyunca Kuveyt sınırına yakın birçok noktada konuşlanmış olan Amerikan askerleri, dev kolonlar yardımıyla Irak'lı askerlere yoğun bir propagandada bulunmuşlardı. Bir yandan kolonlardan heavy metal parçalar çalınmakta, diğer taraftan sürekli olarak Irak'lı askerlerin teslim olmaları, teslim oldukları takdirde elde edecekleri maddi imkân ve huzur ortamı konusunda garantide oldukları söylenmekteydi. Savaş sonlarına doğru, bu yönde yürütülen askeri propagandanın pek çok noktada başarıya ulaştığına tanık olmaktayız. (Özsoy, 1998: 104)

3.2.3. Kültürel Propaganda

Kültür yoluyla yapılmaya çalışılan propaganda da hedeflenilen, bir toplumun yüzyıllar boyunca, kendi tecrübeleriyle yoğrularak şekillenmiş ve bu haliyle bir tarihsel ve toplumsal bir birikim/sermaye haline dönüşmüş olan toplumsal geleneklerine nüfuz etmek ve onları toptan etkilemektir. Elbette, çok uzun tarihsel dönemler neticesinde oluşan toplumun hafızasını -gelenek ve görenekleri- bir çırpıda değiştirmeye çabalamak çok akıllıca bir yöntem olmayacaktır. Dolayısıyla kültürel propaganda çok uzun bir stratejik öngörüyle yoğrulmuş, sabır isteyen ve emek mahsulü bir çabanın ürünü olarak gerçekleşebilecektir. Bu süre boyunca propagandacı toplumu ilgilendiren ve adeta 'toplumsal vücut'u çepeçevre saran tüm ana damarları göz önünde bulundurmak; eğitimden, sanata, müzikten, spora değin pek çok toplumsal kurumu hedefleyecek bir söylem ve eylem planı geliştirmelidir.

Kültürel propagandada nihai amaç, bir ülkenin diğer bir ülke halkı üzerinde mutlak otorite ve söz sahibi olmaya yönelik başarı elde etmeye çalışılmasıdır. Bu önemin farkında olan pek çok ülke tarihte ve günümüzde kültürel propagandayı adeta bir istila faaliyeti şeklinde kullanmaya çalışmaktadır. Bunun çok tipik bir örneğini, Osmanlı Devleti'nin 18. yüzyılın son yarısıyla başlayıp, 19. yüzyılda neredeyse zirve noktasına ulaşan kültür politikasındaki değişik ve esnek tavırlarında görmekteyiz. Kültürel propagandanın özellikle eğitim kanalıyla ne kadar kolay bir kabul gördüğünü ve bu sayede nasıl bir yaygınlık kazandığını fark eden Avrupalı pek çok ülke, bu amaç doğrultusunda Osmanlı Devleti sınırları içerisinde okullar açma, eğitmenler gönderme yoluna gitmişlerdir. Evet, kabul edilmelidir ki kültürel propaganda en azından birkaç yüzyıllık bir proje ile meyvelerini verebilecek bir çabadır. Lakin günümüzde çokça tartışılan yerel kültür, kültürel erozyon, milli kültürün kayboluşu yönündeki pek çok sorun, zamanında tedbiri alınmamış ya da hiç önemsenmemiş bir kültürel kabullenişin neticesi olarak karşımızda durmaktadır. Nitekim Türk modernleşme tarihi, iki yüz yılı aşkın bir süredir içerisinden bir türlü çıkamadığı bu derin muammayı, karşı bir propaganda yöntemi kullanarak aşabilme imkânını bir türlü gösterememiştir. Kültür, sanat ve eğitim alanlarında; zamanı yakalama endişesinden yola çıkarak atılan adımların pek çoğu, bir zaman sonra kültürel bir emperyalizm ve hegemonya karşısında mevcut kültürü teslim eder bir pozisyonun ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Zira kültürel propaganda ile gelenekleri değiştirilmiş daha sonra da yenilmiş ve teslim olmuş pek çok halkın tarihteki enkazlarından bu anlamda ders almak önemlidir. Konfüçyüs'ün

dediği gibi ‘bir milleti değiştirmek istiyorsan, önce kelimelerini/kavramlarını değiştirmelisin’. (Özsoy, 1998: 18–20) Dolayısıyla; hafızaları toptan değiştirmeyi hedefleyen bu türden bir kültürel propaganda, çok tehlikeli ve sonuçları bakımından da dönülmesi zor neticeleri hâsıl edebilecek bir yönü içerisinde barındırmaktadır.

Kültür propagandası, günümüzde adeta bir kültürel savaş politikası durumuna doğru evirilmiştir. Pek çok devletin; kolejler, kültür dernekleri, dil eğitim merkezleri ya da çeşitli vakıflar açmak suretiyle yapmaya çalıştıkları bu propaganda yöntemi büyük oranda 20. yüzyılın başlarında yaygınlık kazanmaya başlayacaktır. Örneğin İtalyanların kurmuş olduğu “Dante Cemiyeti” pek çok ülkede öncelikle İtalyanlar arasında bir kültür birliği vasıtası olarak çalışmıştır. Benzeri bir uygulamayı İngiltere yapmaktadır. İngiliz dilini ve kültürünü tüm dünyaya yaygınlaştırmak maksadıyla 1934’de yarı resmi bir teşkilat olarak “British Council” kurulmuştur. (Mutlu, 2003: 144) British Council günümüzde sadece bir yabancı dil kursu gibi faaliyet göstermekte ise de, beraberinde İngiliz kültürüne yönelik pek çok uygulamayı da yaygınlaştırmaya çalışmaktadır.

Barış zamanında kurulan bu ve benzeri pek çok kültür derneği ya da yabancı dil eğitim merkezleri, savaş zamanında sergiler, konferanslar, broşür ve gazeteler yoluyla ciddi bir askeri propaganda hüviyetine de kolayca bürünebilmektedirler.

Günümüzde özellikle eğitim amaçlı olarak planlanıp nihai amaç olarak kültürel bir dönüşümü hedefleyen ‘yabancı devlet okulları’ açma politikası, en nihayet bir kültür propagandası kapsamında hayatiyetlerini sürdürmektedirler. Konuyla ilgili olarak Rabi Baştürk Atilla İlhan’dan iktibas ederek şunları aktarıyor:

> “ … Atilla İlhan yazısına şöyle devam ediyor; ‘Devlet-i Aliye, Haçlı Emperyalizmi’nin yerleşmeyi kafaya koyduğu ülkelerden birisiydi. XIX. Yy.da ülkenin hemen her yöresinde şeytanın aklına gelmeyecek yerlerde bile misyoner okulları açılmıştı. Cumhuriyet, Lausanne’da, bunların büyük çoğunluğundan kurtulmuş; sadece İstanbul, İzmir, Mersin ve Kayseri’dekiler kalmıştı. Prof. Oktay Sinanoğlu, komprador aydınlarımızdan çoğunun mezun olduğu bu ecnebi okullar hakkında, şöyle bir gözlemini aktarıyor ki; son derece dikkat çekicidir; (… Nedense Türkiye’de bunların misyoner okulu olduğu lafı hiç edilmez; bunlar, Robert Koleji, Saint-Joseph vs. düpedüz misyoner okullarıdır. Daha altı ay önce ABD’de TV seyrediyordum. Misyoner teşkilatlarının başkanları konuşuyor, dünya çapında yaptıklarından söz ediyorlar; diyorlar ki; Türkiye’de, Lübnan’da açtığımız okullarda işte Robert Koleji, Beyrut Amerikan Üniversitesi vs. öğrencileri belki Hıristiyan yapamadık ama kafalarımızı kendimize göre değiştirdik. Yabancı dille öğretimin ne işe yaradığını, bundan açık ne gösterebilir? Mütareke yıllarında

İstanbul'daki İngiliz Muhibbi, Amerikan mandası taraftarı olanlardan çoğunluğunun, yabancı dille öğretim yapan bu misyoner okullarından çıkmış olması mı?" (Baştürk, 2005: 32–33)

3.2.4. Ekonomik Propaganda

Günümüzde uluslar arası ilişkileri belirleyen baş aktör, toplumların ekonomik durumları ve gelişmişlik seviyeleri olmuştur. Yapılan tüm toplumsal tanımlamalarda, ekonomi birinci gündem maddesine dönüşmüş; gelişmiş, yarı gelişmiş ve hatta az gelişmiş bir toplumun uluslar arası platformdaki yeri de buna göre tayin edilir hale gelmiştir. Dolayısıyla bir güç dengeleri savaşı haline dönüşen ekonomik yarış atmosferi, propagandanın gündemine de bu sebeplerden dolayı dâhil olmuştur. Tarihin bütün dönemlerinde savaşların başlıca tetikleyicisi konumunda olan ekonomik faktör, 20. yüzyılla birlikte dünya toplumları arasında bir yarış ve paylaşım kavgasının çok ötesine taşınmış, bizzat "ekonomik refah seviyesi" propagandasıyla, belirli ülkeler üzerinde tahakküm kurma halinde cereyan eder olmuştur.

Ekonomik propaganda da işte tam bu noktada önem kazanmaktadır. Karşı tarafın ekonomik gelişmesini dumura uğratmak, ülkeyi maddi açıdan zayıf düşürmek ve sermaye sahiplerine yatırımları konusunda korku ve endişeye düşürmek maksadıyla ekonomik propaganda uygulanır hale gelmiştir. Bunun çok tipik bir örneğini, 2001 yılında Türkiye'de meydana gelen ekonomik kriz sürecinde yaşanan hadiselerde görmekteyiz. Neredeyse tüm yayın organlarında ağız birliği yapılmışçasına, önce sanal bir ekonomik kriz havası oluşturulmuştur. Bu sayede korkuya kapılan halk parasını ekonomik dolaşımdan geri çekmiş, neredeyse bir yıl piyasalarda yaprak bile kıpırdamamıştır. Böylece yerli ekonomi ve yerli yatırımcılar ciddi bir ekonomik bunalıma sürüklenmiştir. Yabancı yatırım sahiplerinin ise, bu sürecin bir sonucu olarak başta stratejik şirketler olmak üzere, pek çok yerli firmayı satın alması süreci yaşanmıştır. Hatta öyle ki bir ara aynı dönemde ekonomik bir krizin içerisinde bulunan Arjantin ile Türkiye arasında toplumsal kıyaslamalar yapılmış, yağmacılık ve talan etme kültürünün Türkiye'de gerçekleşmiyor olmasına methiyeler düzülmüştür.

Yine modern döneme has bir kavramsallaştırma olarak değerlendirebileceğimiz "savaş ekonomisi" kavramı da, pek çok "yan ürünü ve reklâmıyla" savaş ve barış döneminin vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır. I. Körfez savaşı, TV

ekranlarından ilk kez, canlı olarak bir savaşı izleyen tüm dünya halklarına, bu "yan ürün ve reklâm" ilişkisini hayata geçirmenin ilk örneğini gösterir olmuştur.

Uydular aracılığıyla yeryüzündeki bütün televizyonlardan naklen yayınlanan Irak'ın karadan karaya SCUD füzeleri ile Amerikalıların füzesavar Patriot füzeleri arasındaki savaşı askeri ve ekonomik güç gösterisinin bir habercisi olarak hafızalarımızda yer almıştır.

ABD'nin silahlarının propagandasını yaptığı bu savaş öylesine etkili olmuştu ki pek çok ülke Patriot füzelerinden sipariş vermiş, silah satışlarından elde ettiği gelir, ABD ekonomisine ciddi bir canlılık getirmişti. (Özsoy, 1998: 101)

3.2.5. Karşı Propaganda

Karşı propaganda, adından da anlaşılacağı üzere, bir fikrin ya da grubun yürütmüş olduğu propagandaya mukabil yürütülen propaganda çalışmasıdır. Doob bu süreci tanımlarken, bir bireyin diğerlerini etkilemek için harcadığı çabanın dahi 'karşı propaganda' olarak değerlendirilebileceğine dikkat çekmiştir. O'na göre terim, kişilerin yaptığı veya bir karşıt tarafından verilmesi arzulanan cevapların ortaya çıkması ya da gündeme gelmesinin engellendiği, geleneksel cevapların zayıflatılması şeklindeki olumsuz amacı vurgular. Ancak bir anlamda, tüm propagandalar aslında karşı propagandalar içerirler. (Bektaş, 2002: 208)

Özellikle siyasi propaganda da, bir yöntem olarak sıkça karşılaştığımız karşı propaganda, genellikle rakip olan fikre karşı; çürütmeden, alaya almaya hatta yok saymaya varıncaya değin pek çok yöntem uygulanarak gerçekleştirilmektedir.

Uygulanacak olan karşı propagandanın genel kanuniyetleri hakkında şunları söyleyebiliriz;

Öncelikle karşı propaganda; düşman propagandasının zaaf noktalarını iyi tespit edecek ve buradan hareketle topyekûn bir saldırı planı uygulamaya koyacaktır. Bu kapsamda; düşmanın fikri zaaf noktalarını tespit edilecek ve bu yönlerden hareketle toptan bir yıpratma politikasına girişilecektir. Fikri olarak kitlelere söyleyecek sözü kalmayan bir hareketin diğer alanlarda da yenilmesi kaçınılmazdır.

Karşı propaganda düşman tarafın tezatlarından-çelişkilerinden hareketle yıpratma faaliyetine girişecektir. Bu sebeple, yapılan çelişkili açıklamalar, birbirini yalanlar mahiyette ortaya çıkan her türlü konuşmalar, karşı propaganda yürüten tarafın elini güçlendirecektir.

Diğer bir yöntem olarak karşı propaganda, karşı tarafın liderlik kurumunu ve teşkilat yapısını hedef alan bir saldırı planını hayata geçirmeye çalışacaktır. Siyasi arenada çokça karşılaştığımız bu yöntem, genelde partilerin bölünme-dağılma süreçlerinde etkili olan bir numaralı yöntemdir. Önce lider ile lider kadro arasında derin görüş ayrılıkları varmışçasına bir propaganda dillendirilirken, diğer taraftan parti yönetimi ile parti taraftarlarının arasını açacak ve mevcut güveni sarsacak yönde haber ve rivayetlere ağırlık verilecektir. Bu sayede düşmanın içten bir sarsıntı geçirmesi hedeflenecek ve tüm zihinlerde 'acaba?' sorusunun oluşması sağlanacaktır.

Karşı propaganda alayı da bir yöntem olarak kullanmaktadır. Düşmanın sözleri, eylemleri hâsılı yapmış olduğu her şey toptan bir alaycı tavırla küçümsenerek, gülünç bir hale düşürülmeye çalışılacaktır. Böylece düşman tarafın, halkın gözünde de değer kaybına uğranması sağlanacaktır.

Bu yöntemleri uygularken karşı propagandacının en çok dikkat etmesi gereken husus, güçlü bir propagandaya karşı, cepheden direkt bir saldırı harekâta girişilmeyeceğini unutmamasıdır. Karşı taraf ne kadar güçlü ise, karşı propagandanın da o derece esnek ve dikkatli olması gerekmektedir. Bu amaçla propagandacı, mümkün mertebe düşman propagandasıyla ortak noktalardan hareketle bir propaganda usulü geliştirerek, düşmanı etkisiz hale getirmeye gayret sarf etmelidir. (Ecevit, 1943: 6; Domenach, 1995: 80–83)

4. İKTİDAR VE PROPAGANDA İLİŞKİLERİNDEN TARİHSEL KESİTLER

4.1. Eski Çağlarda Propaganda

Propaganda insanlığın başlangıcıyla denk bir tarihi seyre sahiptir. Kavramsal çerçevesi ve eni-konu belirli bir yöntemi büyük orada 20.yy'la şekillenmeye başlasa da, tarihte kurulan tüm imparatorluklarda bir siyaset sanatı biçiminde farklı uygulanışlarıyla ve bir askeri strateji şeklinde sıkça kullanılışıyla hep var olagelmiştir. Özellikle iletişim imkânlarının çok kısıtlı olduğu, büyük orada kapalı toplumu sembolize eden krallık ve padişahlıklarda; iktidarın ferman buyurmuş olduğu her söz emir telakki edilmekte; iktidara karşı bu şekilde bir korku besleyen kitlelerin ise siyasi ve sosyal açında manipüle edilmesi daha kolay bir hal almaktadır.

Tarihte propagandadan dolaylı da olsa bahseden ilk metne Çin'de rastlamaktayız. Savaş sanatının detaylıca anlatılmaya çalışıldığı ve Sun-Tzu'nun kaleme almış olduğu bu kitapta propaganda, bugünkü manasından daha farklı bir boyutu ele alınarak, psikolojik savaş boyutu öncelenerek incelenmiştir. Yazar, savaş esnasında Çinli komutanların çokça başvurduğu ani ve şaşırtıcı birtakım uygulamalar sayesinde düşmanın savaş kararlılığının kırılması, düşmanın hükümdarı hakkında asılsız pek çok yalan haberi ve şayiayı yaygınlaştırmak suretiyle düşman zayıflatmak ve kendi güçlerinin mevcut olandan daha çok ve daha kuvvetli bir şekilde göstererek suretiyle yanıltıcı bir savaş politikasının takip edilmesi konusunda bir propaganda programından bahsetmektedir. Sun-Tzu'ya göre bu sayede düşman manevi açıdan bir çöküntü yaşayacak ve galibiyet kaçınılmaz bir son olacaktır.(Özsoy, 1998: 25)

Yine propagandanın siyasi bir iktidar aracı olarak ilk uygulanış örneklerinden birine Helenistik dönem olarak bilinen Büyük İskender döneminde tanık olmaktayız. Makedonya Kralı Büyük İskender (M.Ö 356–323) propagandadan nasıl yararlanacağını bilen bir hükümdardı. Propagandayı, gücünün bir temsil aracı olarak kullanmayı bilmiş, her türlü propaganda sembolünü bu amaç için seferber kılmıştır. Örneğin Büyük İskender Zeus'un (Tanrı'nın) oğlu Herkül sıfatıyla -bir nevi Allah'ın yeryüzündeki halifesi sıfatı benzeri- kendisinin anılır olmasını sağlamış imparatorluk sınırları içerisinde dolaşımda olan paraların-sikkelerin üzerine kendi resmini kazıtmış, önemli güç ve seyahat yolları üzerinde heybetli heykellerini ve anıtlarını inşa ettirmiştir.

Benzeri bir şekilde propagandayı iktidar güçlendirici bir araç olarak kullanmış, Makedonyalılar ile Pers hükümranlığını birleştirmeye yönelik pek çok çabada bulunmuştur. Bu maksatla Pers Kralı Darius'u kendi kızıyla, yine üst düzey Makedonyalı bürokratları Persli kadınlarla evlendirmiş ve hatta o derece ki on bin civarında Makedonyalı askerlerin de Persli cariyeler ile evlenmelerini sağlamıştır. Böylece her iki kültürü savaşsız ama iyi planlanmış bir siyasi propaganda ile birbirlerine kolayca yakınlaştırmayı bilmiştir.(Bektaş, 2002: 68-69)

Selçuklu dönemine rasgelen ve Batıni olarak tanımlanan Hasan Sabbah ve adamları -diğer adıyla haşhaşiler-, günümüzde yoğun olarak kullanılan ilaç verme yoluyla motive edip, istenilen işi yaptırma şeklinde ortaya çıkan propaganda türünün ilk uygulayıcıları olmuşlardır. Bu yolla Hasan Sabbah, bir çeşit uyuşturucuyu müritleri üzerinde kullanarak, onların kendilerinden geçmelerini sağlamıştır. Böylece Sabbah'ın bir emriyle kendisini ölüme atabilecek çok sayıda yürüyen ölüm timleri oluşturulmuştur. Nitekim Hasan Sabbah müritlerine, öldürme emrini verdiği herhangi bir kimseyi öldürürse cenneti hak edeceğini, eğer başarısız olur da kendisi ölürse meleklerine vereceği bir emirle onları derhal cennete göndereceği müjdesini veriyordu. Bu sayede Hasan Sabbah döneminde çok sayıda masum insan hunharca katledilmiştir. Örneğin Selçuklu Devleti'nin en önemli vezirlerinden Nizamü'l-Mülk de bu kıyıma uğrayanlardan birisi olmuştur. (Özsoy, 1998: 195-196)

Hasan Sabbah İsmailiyye hareketini İran'da yeniden kuran kişi olarak bilinmektedir. İsmailiyye hareketi, o dönemde hem Selçuklu Devleti'nden hem de Abbasi hilafetinden dışlanarak baskı altına alınmaya ve ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla Hasan Sabbah yeni kurduğu örgütün alabildiğine gizli olmasına önem vermiştir. Aynı zamanda bu durum Haşhaşîleri Selçuklu yöneticilerine ve Abbasi hilafetine karşı yürüteceği gizli savaş politikasında da yeni yöntemler kullanma zorunluluğunda bırakmıştır.

Benzeri propaganda yöntemlerine Attila ve Cengiz Han savaş uygulamalarında da rastlamaktayız. Attila ve Cengiz Han savaş meydanına çıkmadan önce, karşı tarafın savaşta çözülmesini hedefler tarzda bir korku havası oluşturmaya çalışmakta ve türlü şayiaları yaygınlaştırarak bir güç gösterisi yapma yoluna gitmekteydiler. Hatta Cengiz Han daha önceleri ilk kez Hz. Peygamber (s.a.v.) tarafından uygulanmış olan bir yöntemi kullanmak suretiyle de savaş propagandasını güç vermekteydiler. Bu yöntem kendi askerlerinin sayısı mevcut olandan birkaç kat daha fazla göstermek maksadıyla,

kamp yapılan sahada her askerin tek tek bir ateş yakması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Böylece düşman taraf, karşı tarafın çok kuvvetli ve kalabalık bir orduyla geldiği yönünde bir izlenime kapılmadan edemiyordu. Benzer bir yöntem yakın zaman önce, Kore harbi esnasında Çinliler tarafından uygulanmıştır ve neticede Birleşmiş Milletler askerleri yürütülen bu propaganda ile geri adım atmak zorunda kalmışlardır. (Özsoy, 1998: 26)

Osmanlı Devletinin kuruluşundan sonraki en sıkıntılı dönemine denk gelen Ankara Savaşı (1402) ve bu sefer sırasında Timur'un Anadolu'da yapmış olduğu propaganda da, daha sonraları pek çok devlete esin kaynağı olmuştur. Timur, Ankara savaşı öncesinde derviş kıyafetine bürünmüş pek çok ajanı Anadolu'nun içlerine kadar göndermişti. Bu sayede Timur'un askerlerinin ne kadar vahşi ve eli kanlı bir topluluk olduğu yönünde ikna edilen Anadolu ahalisi, tüm servetlerini ve mallarını terk edip dağlara sığınmış; böylece Anadolu nerdeyse hiç savaşılmadan ele geçirilmiştir. Ve en son Ankara savaşı ile de Beyazıt Timur'un güçlü propaganda savaşı neticesinde mağlup olmuştur.(Özsoy, 1998: 25-27)

Son olarak, M.Ö. 1400'lü yıllarda cereyan eden ve 1800'lü yılların ortalarına kadar bir türlü gerçek bilgisine ulaşılamayan Kadeş Savaşı sonrasında yürütülen propaganda, tarihte cereyan eden propaganda örneklerinin içinde inandırıcılık etkisi en uzun olan propaganda yöntemi olarak kabul edilmiştir. Hadise şöylece meydana gelir:

Tam 33 asır önce, Asi Irmağı kıyısında bulunan Kadeş kentini, dönemin diğer süper gücü Hititlerden geri almaya çalışan II. Ramses, bu amaçla, emrindeki orduyla Suriye'yi işgal eder. Ordusunu Kadeş tepelerinin ardına saklayan Kral Mutavalli, bu esnada da Ramses'in ajanlarının dolaştığı kentte halkı dezenforme etmek üzere kendi ajanlarını gönderir. Bu ajanlar Kadeşli erkeklerin oturup vakit geçirdikleri tüm mekanlarda günler boyunca muhabbetlere katılarak, 'ordunun daha kuzeyde, Halep yakınlarında bulunduğu' yönünde yalan haberler yayarak kısa sürede hedeflerine ulaşırlar. Dezenformasyon neticesini verir ve asılsız bilgiler Mısırlı ajanlar tarafından derhal Ramses'e yetiştirilir. Firavun, ordusu ile birlikte Kadeş'e doğru derhal yola koyulur. Gecenin ilerleyen saatlerinde, Kadeş şehrinin yanında kurulan kampın yakınlarında tesadüfen yakalanan iki Hititli ajan, yapılan işkenceler neticesinde Mutavvalli'nin dâhice planını Firavun'a itiraf ederler. Ancak Firavun bu pusuyu fark etmekte geç kalmıştır. Hitit Ordusu o dakikalarda dalga dalga ırmağı geçmekte ve Mısır ordularını ağır ağır yenilgiye uğratmaya başlamaktadır. Panik halindeki Ramses,

yardımcı kuvvetlerinin desteği ile kan gölüne dönen savaş meydanından kurtulmayı başarır. Çatışmalar o gece ve ertesi gün de bütün şiddetiyle sürer; fakat sayıca çok azalan Mısır ordusunun düşman topraklarında direnecek gücü kalmamıştır. Firavun, sağ kalan ufak bir kuvvetle birlikte yorgun ve kafası karışık bir vaziyette ülkesine doğru yola çıkar. Ve tarihsel kayıtlardan da anlaşıldığı üzere, utanç içindeki savaşçılarına yol boyunca sık sık tehditler savurur. Bu baskılar üzerine Firavun'un adamları da suskunluk yemini ederler.

Ramses Mısır'da büyük bir tantanayla karşılanır. Bunun üzerine durumu bozuntuya vermeyen Ramses, halkın içine hemen propagandacılarının göndererek, sözde kazanmış oldukları savaşı ballandıra ballandıra anlatmalarını emreder. Bununla da yetinmez, başta Karnak Tapınağı olmak üzere, bir dizi önemli dinsel yapının duvarlarına Kadeş savaşını aşama aşama anlatan hiyeroglifler nakşettirir. Dünyanın en dayanıklı baskı sistemi olan bu kayıtlar, yalnız Ramses'in sağlığında değil, ondan yüzlerce yıl sonra dahi bu duvar gazetelerini okuyanlara 'Kadeş Destanı'nı (!) yaşanmış olanla hiç alakası olmayan bir halde tersinden aktarmaya devam edecektir.

Ta ki, 19 yy.'a gelinip Anadolu'da Boğazköy (Hattuşaş) kazıları başlayana kadar. Ve gerçek 3200 yıl sonra aydınlanır.

Fransız araştırmacı Champollion'nun hiyeroglifleri çözmeyi başardığı 1822'den itibaren pek çok tarihsel olay gibi, Kadeş Savaşı'nı da ilk olarak Mısırlıların perspektifinden okuyan ve bu bakış açısını kabul eden arkeologlar, Osmanlı topraklarında ulaştıkları bulgular neticesinde Kadeş Savaşı'nı kazanan tarafın Mısır değil, Hititliler olduğuna kanaat getirirler. Hatta öyle ki, Hititliler Kadeş Savaşı sonrasında Şam'a kadar genişleyecek olan sınırlarıyla yıllarca Mısırlılara göz açtırmamışlardır. Propagandanın bir iktidar aracı olarak tarih yazımında bile nasıl kullanıldığının güzel bir örneğidir Kadeş Destanı.(Can, 2005: 120-121)

4.2. Eski Yunan'da ve Roma'da Propaganda

Eski Yunan'da da propagandaya dair bir takım uygulamalara tanık olmaktayız. Sosyal bilimlerin ön kabulüne göre ilk kamu toplumu ve kamuoyu Yunan'da ortaya çıkmaktaydı. Dolayısıyla toplumsal hayatın bir neticesi olarak da Yunan sitelerinde, devlet kurumları yardımıyla propaganda yapılmaya çalışılmıştır. Örneğin, sitede yaşayan halkın hem ticari ihtiyaçlarını gördüğü hem de siyasi anlamda kendisini ifade

ettiği alanlar olarak planlanan Agoralar, böylesi bir propagandanın başarıyla uygulandığı mekânların başında gelmekteydi.

Agoralardaki oturumlara köle olanlar ve yabancılar katılamazken, site içerisinde yurttaş statüsünde bulunan servet sahibi zenginlerin söz sahibi olmalarına izin verilmiştir.(Yılmaz, 2004: 29)

Bu sayede agoralardaki tartışmalarda, halk izleyici pozisyonunda kalırken, seçilmiş olan "yurttaş"larda istedikleri kadar konuşabilmekte, halkı etkileme ve yönlendirme işlevlerini bu şekilde yerine getirebilmekteydiler. Böylece, Yunan'da gelişkin olan hitabet sanatının en çarpıcı örneklerine agoralarda rastlamak mümkün hale gelmekteydi.

Eski Yunan'da hitabetin bir meslek olarak gelişmesi neticesinde, özellikle Atina başta olmak üzere pek çok site de aynı zamanda birer propaganda merkezi rolünü üstlenmekteydiler. Yine yönetim tarafından inşa ettirilen dev tiyatrolarda sahnelenen siyasi ve sosyal içerikli oyunlar da benzeri bir amaca hizmet eder pozisyondaydılar.(Özsoy, 1998: 24)

Yunan'dan sonra Roma İmparatorluğu döneminde, propagandanın daha düzenli ve kısmen kurumsal bir işleyişe eriştiğini gözlemlenmektedir. Roma İmparatorluğu'nda, propagandanın bir iktidar aracı haline dönüşmesinde bizzat Sezar'ın büyük emeği vardır. Sezar, günümüz iktidarlarına taş çıkartacak cinsten bir propaganda harekâtına iktidara gelir gelmez girişmiştir. Bu amaçla ilk olarak, kendi iktidarının beşeri bir iktidar değil ilahi bir iktidar olduğu yönünde propagandaya girişmiştir. Bunun için kendisinin tanrıça Venüs'ün neslinden gelme olduğu yönünde bir şayiayı yaygınlaştırmıştır. Böylece hem iktidarın meşruiyet sorunu ortadan kalkmış olacak hem de iktidara yönelik aleyhte girişilecek her türlü siyasi operasyonun da önünün alınması sağlanacaktır. Zira halk için Venüs en önemli sembollerden birisidir.

Sezar bu propaganda sürecinde ilk olarak gazete çıkarılması yönünde girişimde bulunmuştur. Önceleri sadece Senato'da alınan kararların neşredildiği bir yayın organı olarak faaliyet gösteren gazete daha sonraları, hükümet kararları başta olmak üzere her türlü önemli doğum, ölüm, merasim ve spor haberlerinin halka duyurulduğu bir forma dönüşmüştür. Bu maksatla, halkın yoğun olarak bulunduğu pazaryeri yahut panayır alanlarına asılan gazete, Roma dışında bulunan yerleşim alanlarına da gönderilmek suretiyle halkın yönetim ile bağını kuvvetlendirmeye dönük bir fonksiyonu da icra etmiştir.

Sezar, yönetimi boyunca pek çok farklı sembolü kullanmak suretiyle güçlü bir propagandayı hayata geçirmiştir. Bu amaçla, başta kendi heykelleri olmak üzere, iktidarını pekiştirme adına pek çok anıtın, heykelin yapılmasını emretmiş; bunların Roma İmparatorluğu sınırları içerisinde yaygınlaştırılmasına ve özellikle geçiş ve göç yolları üzerinde kullanılmaları yönünde çaba harcamıştır. Yine taşın insanlar üzerindeki etkileyici gücünden faydalanmak maksadıyla Sezar, büyük tiyatrolar, anfiler, spor merkezleri ve dini mekanlar inşa ettirmiştir.

Tarihteki ilk uygulamalardan biri sayılan para üzerine kendi resmini kazıtma uygulamasının halk üzerindeki ciddi tesirinden yararlanarak bunu bir propaganda malzemesi haline getirmeyi bilmiştir.

Sezar toplumun nabzını tutma ve toplumsal gereksinimlere anında karşılık verebilme yeteneğini üstün bir başarıyla sergilemiştir. Toplumsal kriz anlarında ya da yenilgi zamanlarında, geçit törenlerine ve dini merasimlere ağırlık vermekte gecikmezdi. Hatta bazen bir ay içerisinde dört kez dahi zafer geçidi ve coşkulu merasimlere yer verilmekteydi.

Sezar arenalarda aslanlara atılan Hıristiyanlar üzerinden bile bir iktidar propagandası geliştirmeye çalışmıştır. Kitlelerin hınca hınç doldurduğu arenalarda yoğun tezahüratlar eşliğinde aslanlara parçalatılan insanlar, Sezar iktidarına karşı gelebilecek her türlü isyancı-asi hareketlerin sonunun da ne olacağını göstermekteydi. Sezar bu sayede hem insanları dehşete sürükleyen bir korku salarak iktidarını pekiştirmekte hem de her türlü muhalefetin önünü alacak bir uygulamayı hayata geçirerek toplumsal ahengi muhafaza etmekteydi. (Bektaş, 2002: 71-72; Okay, 1957: 14)

Yine Roma'da pek çok toplumsal ve siyasi hadise adeta bir dini merasim hüviyetinde, gizem ve tutku ile coşkunun birleşmesi neticesinde toplumsal bir coşkunluk haline dönüşmekteydi.

Roma'da lejyonların Galya'da ya da İllirya'ya isyan bastırmaya giderken törenlerle uğurlanması; aynı lejyonların Roma'ya dönüşlerinde zafer alaylarıyla karşılanması da 'propaganda' ismiyle adlandırılmasa da birer propaganda etkinliğiydiler.(Domenach, 1995: 8)

4.3. Hıristiyanlıkta Propaganda

İlahi kaynaklı tüm dinlerin yayılışı ve halk nazarında kabul bulma sürecinde dinin müntesiplerine oldukça fazla görevler düşmektedir. Hıristiyanlığın ilk çıkış dönemlerini ve yayıldığı bölgeyi göz önüne aldığımızda, Hıristiyanlık propagandasının ne denli zor şartlarda gelişme gösterdiğini kolayca anlaşılmaktadır. Hem Museviliğin yaygın olarak yaşandığı bir coğrafyada yeni bir ilahi dinin taraftarı olmak, hem de Roma İmparatorluğu gibi bir süper gücün varlık sahasında hayat bulmaya çalışmak oldukça güçlü ve istikrarlı bir propaganda faaliyetinin yürütülmesini zorunlu bir hale getirmekteydi.

Özellikle Hz.İsa'nın ölümünden sonra Hıristiyanlığın yayılması kapsamlı propaganda faaliyetleri sonucunda olmuştur. Roma İmparatorluğu'nun elinde bulunan, o günün şartlarına göre gelişmiş medya araçlarından mahrum oldukları halde, Hz. İsa'nın havarileri ve inananları, yüz yüze temas yoluyla ve bir takım semboller kullanarak (özellikler ağaçlara, duvarlara, herhangi bir çizilen işaretlerle birbirlerine mesaj iletirlerdi) Hıristiyanlığın yayılması için büyük çaba harcamışlardır. Havarilerin adeta birer gezici hitabetçi şeklinde yürütmüş oldukları bu propaganda faaliyeti, daha sonraları pek çok örgüt tarafından örnek bir propaganda tekniği olarak kabul görmüştür.(Bektaş, 2002: 74)

Yeni dinin tebliğcileri Roma şehirlerindeki fakir halk kitlelerinin içinde bulundukları ümitsiz fukaralık ve sefaletten oldukça istifade etmişlerdi. Bu sayede geniş halk kitleleri, Roma'nın baskıcı idaresinden Allah'ın cenneti müjdeleyen kurtuluş yoluna doğru tercihte bulunmaya başlamışlardır. Bunun gerçekleşmesinde, Havarilerin toplumun nabzını iyi okuyan bir propagandayı hayata geçirmelerinin tesiri oldukça büyüktür. Bu maksatla St. Pierre Roma'yı, St. Paul ise Atina ve doğu ülkelerini propaganda alanı olarak kabul etmişlerdi. Fakat birbiri ardına gelen savaşlar ve istilalar yüzünden kültür merkezleri niteliğindeki büyük kentler yangın vb. çeşitli sebeplerle tahrip olunca, kitap sayısında meydana gelen azalmadan dolayı okur-yazar insanların sayısı da azalmaya başlamış ve bu yüzden yazılı anlatımdan ziyade sözlü anlatım daha ön plana geçmiştir. Daha sonraları özellikle Kilise süslemelerinde kendisini gösteren güçlü görsel anlatım sanatının bir propaganda biçiminde Hıristiyanlık'ta gelişmesinde bu sürecin önemli etkileri olmuştur.(Özsoy, 1998: 28)

Hıristiyanlığın, Roma'da kabulünü mümkün hale getirecek propagandanın başarıya ulaşması için üç yüz elli sene boyunca sürecek güçlü bir anlatım ve ısrarlı bir tekrarın devam etmesi gerekecekti. Nitekim Hıristiyanlık propagandası; Romalı yöneticilerin, binlerce belki de on binlerce Hıristiyan'ı arenalarda aslanlara parçalatması yahut diri diri meşale olarak yakılmaları neticesinde başarıya ulaşacaktı.

Hıristiyanlık Roma'da kabul gördükten ve resmi din olarak benimsendikten sonra, Avrupa'nın Hıristiyanlaştırılması amacıyla pek çok farklı bölgeye rahipler ve din adamları gönderilmeye başlanmıştır. Avrupa'nın Hıristiyanlaşması tamamlandıktan sonra, üçüncü ve son aşamaya geçilmiş, bu amaçla doğu memleketlerine de misyoner-propagandacılar gönderilmiştir.(Özsoy, 1998: 28)

Özellikle orta çağla birlikte kilise, en bilgili rahipler tarafından kaleme alınmış risaleleri halk arasında dağıtarak halkı krallara karşı kışkırtmaya, krallar ise etkin yazarları ve şairleri propaganda amacı olarak kullanarak halkı kendi lehlerine çevirmeye çalışmışlardır. Bu sürecin daha kolay bir yaygınlık kazanmasına ise matbaanın icadı imkan tanımıştır. Matbaanın icadı ve bu sayede basılan pek çok eserin geniş halk kitlelerine yayılmasının kolaylaşması propagandanın da önünü açmıştır. Özellikle Martin Luther ve taraftarları kendi fikirlerini Avrupa kıtasının en ücra köşelerine kadar yayma ve halkı etkileme olanağını bu sayede bulabilmişlerdir. Halka ulaştırılan bu kitapçıklarda bazen tahta üzerine oyulmuş resimler ve semboller basılarak yapılan propagandanın daha da etkin olması sağlanmıştır. (Bektaş, 2002: 74)

4.4. Haçlı Seferleri Sırasında Propaganda

Haçlı Seferleri, özü itibariyle ortaçağ karanlığına gömülmüş olan Avrupa'nın Doğu'nun zenginlik ve refah düzeyine erişmek, dahası ele geçirmek maksadıyla girişmiş olduğu bir toplumsal seferberlik halini temsil etmektedir. Avrupa'nın içerisinde bulunduğu siyasi ve sosyal şartlar ancak böylesi bir ara çözümle savuşturulabilecektir. Bunun için toplumun her kesiminden yükselen ortak memnuniyetsizlik halini Haçlı seferlerine kanalize etmek propaganda sayesinde hiç de zor olmayacaktı.

Kitlelere vaat edilen şey neticede yeni bir hayat ve zenginlikti.

Kilise haçlı seferlerini başlatmak için hiç vakit kaybetmemiş ve Papa Urban'ın dudakları arasından dökülen büyük öfke ve hınç dolu sözlerle ilk sefere girişmiştir.

Urban haçlı seferlerini başlatacak olan konuşmasından önce, kalabalığa yön verecek şekilde kitle içerisine dağılmak suretiyle bir takım adamlarını yerleştirmiş,

coşkulu ve heyecanlı bir atmosferi yaratmak için çaba harcamıştır. Konuşmasına başladıktan sonra, kalabalık içerisinden "Deus Volt" (bu Allah'ın emridir!) naraları yükselmeye başlamış, önde gelen piskoposlardan birisi olan Nuy piskoposu öne atılmış ve ben katılıyorum diyerek kitleyi istenilen yönde galeyana getirmeye muvaffak olmuştur. Coşkulu kalabalık henüz dağılmamışken pek çok kişi elbisesini haç işareti oluşturacak şekilde kesmeye başlamıştı. Daha sonraları bu uygulama, haçlı seferlerine katılan tüm askerlerin üniformaları olarak dizayn edilmiş ve insanlar yürüyen bir haç gibi giyinir olmuşlardı.

Bu konuşma ile yaratılan hava, papaz ve rahipler vasıtasıyla tüm Avrupa'ya dalga dalga yaygınlaştırılmaya çalışılmış, 'Haç'ı ayakları altında çiğneyen canavar Türk' desenli tahta kalıplar köy köy dolaştırılıp bu sayede, gönüllü asker toplanmaya çalışılmıştır. Neticede birkaç yüzyıl boyunca aralıklarla sürecek olan Haçlı Seferleri, kutsal şehir Kudüs'ü kurtarmak adına Avrupa'dan doğuya doğru yollara dökülmüştür.(Bektaş, 2002: 75-76)

Yine benzeri bir kışkırtma ve propaganda örneğini İmparator Aleksios'da görmekteyiz. Bu toplumsal çılgınlık hali öyle düzeylere erişmişti ki, çocuklar bile ellerinde silahlarla Doğu'ya savaşmaya ve zenginliğe ortak olmaya doğru seferler düzenler hale gelmişlerdi.

Haçlı Seferlerinin tarihçisi Charles Mills, şöyle yazıyor:

> "Caniler, hırsızlar, korsanlar ve daha ne kadar ahlaksız varsa, hepsi de 'kafirler'in kanıyla günahlarını yıkayacaklarını ilan etmişlerdi. Haçlılar, yolları boyunca, akla gelebilecek her türlü rezalet ve çapulculuğu yaptılar. Bundan ne özel mülkiyet ve ne de kamu serveti kurtulabildi. Evliliğin kutsallığı ve bekâretin iffeti de ırza tecavüzleri önleyemedi. Ve bütün bu vahşi taşkınlığın ortasında, Türklere karşı da bu şekilde davranacaklarına and içtiler…
>
> 1212 Çocukların Haçlı Seferi ise, Etieme adlı bir Fransız çocuk tarafından başlatılmıştır. Bir çoban olan bu çocuk, İsa'yı gördüğünü ve onun kendisini, Kutsal Toprakların kurtarılması için elçi tayin ettiğini iddia etmekteydi. Yürüyüşe geçen Etieme'e, yolda binlerce kız ve erkek çocuk katıldı. Bunların bir kısmı silahlı idi. Bütün Fransa'yı bir çılgınlık dalgası kaplamıştı. Analar-babalar, çocuklarıyla başa çıkamıyorlardı. Nihayet bütün çocuklar, Marsilya yolu üzerindeki sahilde toplandılar ve Etienne'in buyruğu ile denizin geri çekilip kendilerine yol açmasını beklediler. Böyle bir şey olmayınca da, gemilere doluşup denize açıldılar. Yedi gemi dolusu çocuk, Kutsal Toprakları kurtarmaya (!) gidiyordu.

> Fakat yolda gemilerden ikisi battı; sağ kalan çocuklar ise, gemiciler tarafından İskenderiye'deki esir pazarlarına götürülüp, köle olarak satıldılar. 1237'de Erfurt'da buna benzer bir olay daha oldu. Çocukların Haçlı Seferleri Fransa'da 1458'e kadar devam etmiştir. (Brown, 2000: 248)

Nitekim yüzyıllar boyu süre gelen bu nefret ve bilinçsizlik hali, bugün dahi Batılı toplumların bilinçaltlarında varlığını devam ettirmektedir.

Benzeri bir örneği, Dr. Azmi Özcan da şöyle anlatır: 'Güneydoğu Asya'da bulunduğun bir sırada Urduca öğrenmek amacıyla gittiğim bir kursta Orta Avrupa ve Kanada'da yaygın bulunan bir mezhebe mensup misyoner bir aileyle tanışmıştım. Misyonerlik faaliyeti için Pakistan'a gideceklerdi. Benim Türk olduğumu öğrenince oldukça şaşırdılar ve "ilk defa Türk'le karşılaşıyoruz" diyerek hayretlerini dile getirdiler. "Neden çok şaşırdıklarını" sorduğumda, "inanışlarında, Türkler sizin kapınıza dayanırsa onlara direnmeyin, karşı koymayın" gibi prensipler olduğunu açıkladılar. Sebebini sorduğumda ise "Bizim inancımıza göre her Hıristiyan'ın görevi kıyametin kopmasına yardımcı olmaktır. Kıyametin kopması için de Deccal'in gelmesi lazımdır. Türkler ise Deccaldir. Dolayısıyla Türklerde eğer kapınıza dayanırlarsa onlara karşı koymayın ki, bir an önce kıyamet kopsun" dediklerini anlatır.(Özsoy, 1998: 205)

Dolayısıyla halen Avrupa'da çok yaygın birer şekilde kabul gören; pala bıyıklı, eli silahlı, kara çehreli ve barbar bir Müslüman-Türk imajının nasıl bir tarihsel kökene sahip olduğunu, böylece daha iyi anlaşılmaktadır. Haçlı seferleri ile tohumları atılan nefret propagandasının, bugün dahi çoğu kez karikatürlerde ya da sinema filmlerinde sıkça karşılaşılan, kaba ve vahşi Doğulu imajının oluşmasında ne denli kalıcı etkileri meydana getirmiş olduğu görülmektedir. Yine Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girişi sürecinde, özellikle Avrupa basınında tartışmaların merkezindeki pek çok konu, tarihsel olarak aralarında kan ve düşmanlık olan iki ulusun birleşmesinin imkânsızlığına izahlar getirmek şeklinde cereyan etmektedir.

4.5. Osmanlı Devleti'nde Propaganda

Osmanlı Devleti, kurulduğu günden tarih sahnesinden çekildiği güne değin, büyük devletlerin kullana geldikleri bütün propaganda yöntemlerinden azami ölçüde yararlanma yoluna gitmiştir. Osmanlı Devleti daha henüz kurulma aşamasındayken, Anadolu'da birbiriyle savaş halinde bulunan beyliklerin aksine kendine yegane düşman olarak Bizans'ı benimsemiş ve bu siyasi tavrını da güçlü bir propaganda anlatımıyla

Anadolu'da yaşayan tüm halka izah etme gayretinde olmuştur. Nitekim hemen kuruluş aşamasında benimsenmiş olan bu stratejik propaganda haklılığını göstermiş ve kısa süre içerisinde tüm beyliklerin tek bir çatı altında, Osmanlı Devleti çatısı altında, birleşmelerini mümkün kılmıştır.

Yine Osmanlı Devleti, bir propaganda faaliyeti olarak, fethedeceği bir bölgeye önceden seçip hazırladığı zahitlerini, dervişlerini gönderir ve o bölgenin Osmanlı yönetimine geçmesi halinde elde edecekleri imkânlar bölge halkına teferruatlı bir şekilde anlatılırdı. Bu yolla daha Osmanlı ordusu o bölgeye gelmeden çok öncesinde, halk nazarında bir sempati halesinin oluşturulması sağlanırdı.

Bu yöntemin yanı sıra Osmanlı ordusu, savaş öncesinde ve sırasında adeta bir özel kuvvet hüviyetinde olan 'delilerini' de gönderirdi. Rumeli beylerbeyliğine bağlı olarak çalışan 'deliler' birliği, düşman askerlerinin moral kaybına sebep olacak destek propagandasını yürütebilecek tarzda eğitilmiş bir gruptu. Bu birlik, düşman ahalisini korkutmak ve sindirmek maksadıyla karşı tarafın topraklarına sızarak, hiç olmadık anlarda şok edici faaliyetlere girişmekte, giyinmiş oldukları korkutucu kıyafetlerde halk üzerinde maneviyatlarını bozucu bir tesiri hâsıl etmeye çalışmaktaydılar. Aynı zamanda söylenti çıkarmak ve olmadık şayiaları halk arasına yaygınlaştırmak yine bu birliğin görevleri arasındaydı. (Özsoy, 1998: 59)

Tarih boyunca bütün güçlü devletlerin başvurmuş olduğu sanat eserleri vücuda getirmek suretiyle yürütülen iktidar propagandasına Osmanlı Devleti de büyük önem vermiştir. Osmanlı, yeni fethettiği bir bölgeyle ilgili olarak çok hızlı bir imar politikasına girişmekte, böylece hem fethedilen coğrafyanın halkı üzerinde olumlu tesirler bırakmakta hem de yeni yerleşim alanlarını kendi mimari yapısını uygun bir biçimde oluşturmaktaydı.

İstanbul'un fethinden sonra görüldüğü üzere, bu yöntem çoğu zaman bir güç gösterisi ve devletin yeni ulaştığı coğrafyalara propagandasını yayması açısından camiler, çeşmeler, hanlar, hamamlar, köprüler inşa ettirmek suretiyle yapılmaktaydı. Hatta Osmanlı hanedanında böylesi kalıcı eserleri yaptırmak bir aile geleneği haline dönüşmüştü.

Benzeri bir propaganda yöntemi, Mehter takımının kuruluşu ve gelişmesi aşamasında görülmektedir. Osmanlı'nın çıktığı her savaşta mutlaka yanında hazır kıta bekleyen mehteranı, askerlerin moral motivasyonunu güçlendirmek, karşı tarafa ise korku ve ümitsizlik aşılamak gayesiyle çalışmaktaydı. Mehteran'da görevli olan

askerlerin kıyafetlerinin gösterişi ve heybeti, söylenen ve çalınan marşların anlamları, parçalarda kullanılan enstrümanların ağırlıklı olarak vurmalı çalgılardan oluşması propaganda etkisinin pekişmesinde önemli bir yere sahipti. Bu sayede Mehteran'ın coşkusu ve heyecanı ritmik anlamda Osmanlı askerinin savaş meydanındaki cesaret ve azmini de kamçılayacak bir anlamı ifade ediyordu.

Neredeyse bütün Osmanlı padişahları kendi dönemlerine uygun olacak bir şekilde propagandayı kullanma yoluna gitmişlerdir. Özellikle Osmanlı'nın tarih sahnesinden ağır ağır çekilmeye başladığı 19. yy'da, siyasi belirsizlik ve çalkantılı atmosferin etkisiyle propaganda daha çok başvurulur bir yöntem haline gelmiştir.

Osmanlı Devleti'nin yıkılma sürecine girdiği son dönemlerde, Sultan Abdülhamit'in propagandayı bir siyaset aracı olarak çoğu kez kullanışı, bu yöntemin nasıl hayata geçirildiği hakkında da bize detaylı bir örnek teşkil etmektedir.

Osmanlı padişahlarından Sultan Abdülhamit, psikolojik savaş yöntemlerini bilen ve kullanan birisiydi. Balkan savaşı sonrasında kendisiyle yapılan bir görüşmede İttihatçılara hitaben psikolojik savaşı bir dünya siyaseti üretmek adına nasıl kullandığını şöyle anlatır: 'Ben Balkanlarda kiliseler arasındaki kavgayı halletmedim. Bunu birleşip bize saldırmasınlar düşüncesi ile bilerek yaptım. Sizin (ittihatçıların) bu ihtilafı çözmeniz yanlıştı.'(Tarhan, 2006: 42)

Benzeri bir propaganda hassasiyeti ile; II. Abdülhamit'in 'Ertuğrul Gemisi'ni, hem sömürge devletlerinin baskısı ve yönetimi altına girmiş olan İslam ülkeleriyle bağların kopmaması hem de Uzak Doğu ile kurulacak sıcak ilişkilerin bir başlangıcı olması niyetiyle sefere çıkarması da siyasi bir propaganda başarısıdır.

Bu açıdan Sultan II. Abdülhamit bu gemiyi tam anlamıyla bir propaganda gemisi olarak kullanmış ve geminin uğradığı liman ve şehirlerdeki tesirinin daha fazla olması için, geminin zabit ve mühendislerine çeşitli rütbeler vermiş ve gemi personelinin önemli kişilerden oluşmasını sağlamıştır. Böylece geminin uğrayacağı limanlarda daha yoğun bir ilgi ve alaka ile karşılanması sağlanmış olacaktı. Ayrıca gemi kumandanlığına getirilen Osman Paşa'nın Padişah'ın yaverlerinden olması, geminin Halifeliğin bir temsilcisi olduğu görüntüsünü pekiştiriyordu ki, bu durum Güney Asya Müslümanları için oldukça heyecan vericiydi.

İkinci Abdülhamit'in planladığı gibi Ertuğrul Gemisi Japonya'nın Yokohama Limanına varıncaya kadar uğradığı her limanda, özellikle İslam ülkelerinde, büyük bir coşku ve heyecan dalgasını hasıl etmiştir. Bu heyecan dalgası öyle boyutlara varır ki,

geminin 1889 yılının Ekim ayında Hindistan'ın Bombay limanına demir atmasının ardından buradaki Müslümanlar üzerinde oluşturduğu büyük sevinç ortamı, sömürge idarecilerini oldukça ürkütmüş ve telaşlandırmıştı. Heyecan o boyutlara varmıştı ki, halk gemiyi görmek için adeta hücum etmiş, merdivenlerinden giremeyenler düşüp boğulmak tehlikesine aldırmadan gemiye atlamışlar, "bağımsız Müslüman toprağı" diyerek gemide namaz kılmışlardı. Akşam hava kararıncaya kadar halk gemiyi terk etmişti. (Özsoy, 1998: 67)

4.6. I. Dünya Savaşı'nda Propaganda

20. yüzyıl, paylaşım kavgasının hızlı bir başlangıcıyla insanlık tarihine merhaba diyordu. 1914 senesinde patlak veren I. Dünya Savaşı, bir cephesinde yıpranmış ve yıkılmaya yüz tutmuş iki büyük imparatorluğu, Osmanlı ve Alman hanedanlıklarını, diğer tarafta ise dünyayı bir sömürge coğrafyasına çevirme gayretinde olan, İngiltere, Fransa ve savaşın sonlarında doğru cepheye katılacak olan Amerika'yı karşı karşıya getirmekteydi. Dolayısıyla I. Dünya Savaşı; propaganda tarihi açısından taşıdığı önemin yanı sıra dünya tarihi ve seyri açısından da ciddi bir öneme haizdi.

I. Dünya Savaşı'nın konumuz açısından taşıdığı önem ise; propagandanın bir yöntem ve usul olarak ilk kez sistematik ve düzenli bir biçimde savaş boyunca taraflar arasında kullanılmış olmasıdır. Savaş; bu anlamda hem itilaf devletleri nazarında hem de ittifak kuvvetleri nezdinde bu şekilde ehemmiyetli hale gelmiş; sonuçta ise savaş adeta bir propaganda yarışı haline dönüşmüştür.

I. Dünya Savaşı süresince uygulana gelen propaganda çalışmalarını iki ana başlık altında değerlendirebiliriz. İlki; Almanya'ya yönelik girişilen ve tüm dünyada yankı bulan propaganda faaliyetleri. İkincisi ise Osmanlı Devleti'ni yıpratmak ve yıkmak, cephedeki askerlerin moral ve motivasyonlarını sıfıra indirmek için yapılan propaganda çalışmaları. İlk propaganda çalışmalarıyla ilgili olarak şunları söyleyebiliriz. İngiliz hükümeti savaşın hemen başında; 1914 senesinde Wellington House bünyesinde savaş propaganda ofisi kurmuştur. Başkalığına da Lordlar Kamarası'ndan C.F. Masterman getirilmiştir. 1918 yılına kadar böylece faaliyet gösteren ofis, daha sonraları başında Lord Beaver Brook'un bulunduğu enformasyon bakanlığı bünyesine dâhil edilmiştir. Wellington House ismiyle anılan bu propaganda çatısı altında, pek çok İngiliz bürokrat ve akademisyen bir fiil görev almıştır. Bu çalışmalar içerisinde en dikkat çekici isimlerden birisi, dünya tarihçisi olarak anılan Arnold Toynbee'dir. (Avşar, 2004, s.37)

Propaganda Ofisi sayesinde İngilizler savaş süresince yürütecekleri tüm propaganda faaliyetlerini tek bir çatı altında toplamayı başarmışlardır. Müttefikler tarafından Almanlara mal edilen olayların büyük bir kısmı bu merkezden koordine edilmekteydi. Örneğin çocukların ellerini kesmek, sabun imal etmek maksadıyla cesetleri kaynar sulara atmak, savaş esirlerini çarmıha germek ve rahipleri çan kulelerine asmak gibi hikayeler tamamen uydurma bir şekilde, kara propaganda şeklinde dünya kamuoyuna lanse edilmekteydi. (Brown, 2000: 75)

I. Dünya Savaşı boyunca yürütülen kara propaganda faaliyetleri savaşın bitmesine değin hiç hızını kaybetmeden uygulanmaya devam edildi. Bu propaganda sürecinde her iki tarafta yoğun bir şekilde düşman taraflarca yapıldığı iddia edilen katliamları propaganda malzemesi olarak kullanmayı tercih etmişlerdir. Bu şekilde savaşta yaşanan çatışmalar, propagandistlerin üstün maharetleri sayesinde mide bulandırıcı boyutlara varan detaylı anlatımlarla dünya kamuoyuna sunulmuştur. Örneğin Almanya'nın Belçika'yı haksız bir şekilde işgali sonrasında itilaf devletlerinin yaygınlaştırmış oldukları bir takım iddialar sayesinde; Almanların Belçikalıları toplu halde kurşuna dizmeleri, halkın köle gibi esir edilerek işçi olarak Almanya'daki fabrikalarda çalıştırılmaları, kadınlara tecavüz edildiği yönünde gelen haberler ve ufacık bebeklerin süngülenerek katledildikleri yönünde koparılan yaygaralar, kara propagandanın uygulanmasını sağlamışlardır.(Bektaş, 2002: 137)

Bu propaganda örneklerinin en ilginçlerinden birisi; Almanlar tarafından Anvers şehrinin ele geçirilişi sonrasındaki gazete sayfalarına yansıyan haberlerde göze çarpmaktadır. Konuyla ilgili şöyle bir balon haber süreci yaşanmıştır. Almanlar Anvers şehrinin teslim olmasıyla ilgili haberi bir SAAlman gazetesi olan Könische Zeitung'dan şöylece öğrenmişlerdi: 'Anvers'in düştüğü haber alınınca (Almanya'da) kiliselerin çanları çalmaya başladı.' Bu haberi okuduğumuzda hiçbir gariplik görmüyoruz. Lakin; Zeitung'den iktibas ederek haberi gazetelerine taşıyan diğer Avrupa basınında haberin verilişine göz attığımızda ortaya tam bir gri propaganda örneği çıkmaktadır.

Fransız Le Matin gazetesi bu haberi şöyle duyurmuştu: 'Kölnische Zeitung'un yazdığına göre, Anvers'teki bütün kiliselerin papazları kalenin düşüşünden sonra çan çalma zorunda bırakıldılar!

İngiliz Times gazetesi ise haberi Le Matin gazetesinden iktibas ederek şu şekilde yazmıştır; 'Anvers zaptından sonra kiliselerin çanlarını çalmak istemeyen Belçikalı rahipler işlerinden kovuldular.'

İtalyan Corriere della Sera gazetesi de; Times gazetesinin Paris yoluyla Köln'den aldığı haberlere dayanarak yayınladığı haberde, 'Anvers'in zaptından sonra kiliselerin çanlarını çalmak istemeyen zavallı rahipler kürek cezasına mahkûm edildiler' tarzında ifadelere yer vermiştir.

Haberi ilk kez Zeitung'tan iktibas ederek dünya kamuoyuna taşıyan Fransız Le Matin gazetesi konu ile ilgili yeni bir haber yapmış ve Anvers'in düşüşünde yaşanan hadislerle ilgili şunları söylemiştir: 'Corriere della Sera gazetesinin Londra yoluyla Köln'den aldığı haberlere göre, Anvers savaşını kazanan barbarlar, zavallı Belçikalı rahiplere çanları çalmalarını emretmişler, onlarda bu isteğe 'olmaz' demek kahramanlığını gösterince hepsini tokmak gibi tepesi aşağı çanlara asarak cezalandırmışlardır.' (Megret, ?: 55-56) I. Dünya Savaşı, buna benzer pek çok savaş propagandası örneğine sahne olmuştur. Özellikle İngiltere'nin başını çektiği itilaf devletleri Almanya üzerinde propaganda faaliyetlerine ciddi bir ağırlık vermişlerdir.

Alman kuvvetlerine dönük olarak yürütülen propaganda faaliyetlerinin en önemli araçlarından birisi de savaş boyunca havadan atılan bildiri ve broşürler olmuştur. Nitekim I. Dünya Savaşı'nı, sadece George Creet'in 'Kâğıttan Mermiler' adını vermiş olduğu bildiriler yoluyla kazanmak belki mümkün olmazdı. Fakat savaşın sonunda ortaya çıkan durum göstermiştir ki; 'Kâğıttan Mermiler', müttefik kuvvetlerin maneviyatını yükseltmek, Almanlarınkini ise bozmak hususunda çok önemli bir rol oynamışlardır. (Brown, 2000: 78)

Öyle ki; I. Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru Alman cephesinde yaşana büyük çözülmelerde ve cephe gerisindeki halkın savaşa olan motivasyonunun azalmasında İtilaf Devletleri uçaklarıyla havadan atılan bildirilerin büyük etkisi olmuştur. Bu propaganda çalışmasının mimarı sayılabilecek olan İngilizler, 1918 Ağustosu'nda Alman saflarına karşı günde neredeyse yüz bin bildiriyi bulacak bir kağıt propagandasını yürütmekteydiler. (Özsoy, 1998: 99) Nitekim savaş sonuna kadar, havadan atılan broşürler karşılıklı olarak yoğunluğu artarak devam edecekti. Cephede broşür atma işi öyle bir hale geldi ki bir ara Alman hava kuvvetleri bildiri atan İngiliz ve Amerikan uçaklarına misilleme yapmakla tehdit eder bile olmuştu. Bunun üzerine İngiliz ve Amerikan hava kuvvetleri bildirileri kimi zaman havan topları yardımıyla kimi zamanda havadan atılan balonlar yardımıyla Alman hatlarına ulaştırmaya çalışmışlardı. Bunun yanı sıra itilaf devletleri Alman askerlerinin evlerine göndermiş oldukları kartpostallardan örnekler alarak benzerlerini yazmak suretiyle, ele geçirilen

esirlere nasıl iyi muamelelerde bulunulduğunu yine esir alman askerlerin ağzından kaleme alınmışçasına yazarak propaganda etmekteydiler. Kartlarda esir askerlerden birisi ailesine sağ-salim olduğunu, kendisine çok iyi davranıldığını söylüyor, sözlerini şöyle tamamlıyordu: 'Burada bize sığır eti, beyaz ekmek, fasulye, kahve, süt, tereyağı, sigara, v.b. veriyorlar!' Bunlar Almanya'da tayını bağlanmış, ya da hiç bulunmayan maddelerdi. Bunlara imrenen sivil halkın maneviyatı da böylece baltalanmış olacaktı. (Megret, ?: 67-68)

İngilizlerin özellikle Almanya üzerinde yürütmüş oldukları propaganda faaliyetlerinin ne şekilde cereyan ettiğini şöylece sınıflandırabiliriz.

Öncelikle İngilizler tarafından Alman ordularına atılan tüm beyannamelerde ortak bir cümle şeklinde Alman hükümetinin yenilmiş olduğu ve Alman halkının bu muamelelere layık olmadığını anlatan cümleler kullanılmaktaydı:

"Ey Alman askerleri! Başınızdakiler sizi mezbahalara sürüklüyorlar." ifadesi sıkça kullanılan propaganda cümlelerinin başında gelmekteydi.

Yine "hava postası" ismiyle düzenli olarak her hafta Alman siperlerine havandan bırakılan bildirilerde, toplumsal uyumu bozarak sınıfsal farklılığı–ayrımı besleyip kışkırtarak, hükümet ile halkın arasını açmaya çalışacak bir tahrik propagandası kullanılmaya çalışılmıştır.

Aynı şekilde esir olarak ele geçirilen Alman askerlerinin, bolluk ve refah içerisinde çekilmiş fotoğrafları, bir albüm haline getirilerek bastırılmıştır. Çoğu kez kartpostal olarak da basılan bu resimler, Alman askerlerinin ve cephe gerisindeki halkın motivasyonunu bitirecek bir yoğunlukta uygulanmaya çalışılmıştır.

Savaşta Alman askerlerinin işgali altında bulunan Belçika halkına moral sağlamak maksadıyla havadan atılan ve sözde kralın ağzından yazılan direniş çağrıları, Avusturya ordusu içerisinde savaşmak durumunda olan çekleri, savaşta tarafsızlıklarını sağlamak amacıyla cephelerde çalınan Çek Milli Marşları, hep aynı amaca hizmet edecek bir biçimde planlanmaktaydılar. (Ecevit, 1943: 29)

Nitekim I. Dünya Savaşı boyunca İngilizlerin, özellikle Alman askerlerinin maneviyatına tesir etmek gayesiyle giriştikleri bu propaganda faaliyetleri istenilen neticenin gerçekleşmesinde ve savaşın kaderinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu propagandanın Alman askerleri üzerindeki etkisini Mareşal Hindenburg şöyle dile getirmektedir:

> "Bir yandan yılgınlık diğer taraftan bütün zaferlerimize rağmen savaşın hala bitmemesinden kaynaklanan hayal kırıklığı oldukça cesur Alman askerlerinin ahlakının bozmuştu. Her an savaşın türlü tehlikeleri ve yokluklarıyla karşı karşıya olan asker, devamlı, ülkesinde bıraktığı ailesine bazen gerçek, bazen hayal gücüyle yarattığı yokluklardan söz eden diğer askerlerin yanıp yakındırıcı mektuplarıyla karşılaşıyor ve dolayısıyla sinirler bozuluyordu. Uçaklarıyla (üzerimize) yağdırdıkları beyannamelerde düşmanlarımız, bizim hakkımızda hiçbir kötü fikir beslemedikleri doğruluyorlar ve şurada burada elde ettiğimiz bazı galibiyetlerden ve genişleme siyasetinden vazgeçtiğimiz takdirde her şeyin yoluna gireceğini ve kalıcı bir uluslar arası barış ve huzur içinde kardeşler gibi yaşayacağımızı vaat ediyorlardı. Memleketimizde böyle mutlu bir barışı imzalayacak başka adamlar ve başka bir hükümet olabileceğine işaret ediyorlar, uzun savaş senelerinden sonra böyle bir barışın ne kutsal avuntu olacağını anlatıyorlardı. Gördükleri ve her gün okudukları bu söz vermeler, bu yazılar askerlerimizi düşündürüyordu. 'Bunlar hep düşman yalanı olamaz' duraksaması, adamlarımızın fikrini zehirliyor ve zehirlenen her fert birkaç arkadaşını daha aşılıyordu." (Avşar, 2004: 14-15)

Alman hükümeti ise savaş boyunca kendisine karşı bu şekilde yürütülen propaganda faaliyetlerine, bazı karşı-propaganda usullerini kullanarak karşılık vermeye çalışmıştır. Alman hükümeti, girişilen bir takım işgal operasyonlarının zorunluluktan ileri geldiğini ve bu işgallerin Almanya için ciddi öneme sahip güvenlik ve genişleme imkânlarını sağladığından bahsederek propagandasına yön vermeye çalışmıştır. I. Dünya Savaşı'nın ise neticede Almanya'nın zaferi ile tamamlanacağı ve bu zafer ile bütün dünyanın sonsuz bir barış ve huzur ortamına kavuşacağı yönünde Alman propagandası yoğunlaşmaktaydı. Bu söylemlere paralel olarak Alman hükümeti itilaf devletlerinin sivil halka yönelik girişmiş olduğu bir takım hava saldırıları ve katliamlardan da yararlanmak sureti ile kamuoyunun desteğini almaya çalışmışlardır. Örneğin itilaf devletlerinin Nurnberg şehrini gayri insani bir şekilde bombaladıkları, Leipzig şehrine havadan kolera mikrobu taşıyan variller attıkları yönünde iddialar ile propagandalarına güç katmaya çalışmışlardır. Benzeri bir şekilde Almanya'nın dini bayram günlerinden birisinde bombalanan Karlsruhe şehrinde ölen 23 kadın ve 124 çocuk Alman propagandası elinde kuvvetli bir koz olarak kullanılmıştır. (Mutlu, 2003: 129)

I. Dünya Savaşı boyunca özellikle İngilizlerin yürüttükleri propaganda faaliyetlerinden üzerine düşen nasibi olan iki devletten bir diğeri de Osmanlı devletidir. Osmanlı devleti, I. Dünya Savaşı'na zorunlu olarak katılmak durumunda kalmıştı.

Zira büyük oranda siyasi bunalımlar geçiren ve topraklarının pek çoğunda yer yer savaş yer yer de işgal operasyonlarıyla uğraşmak zorunda olan Osmanlı siyaseti mevcuttu o dönemlerde. 20. asrın sonlarında itilaf devletleri, özellikle İngiliz hükümetinin, Afrika ve Ortadoğu'daki halklar üzerinde niyetlendiği sömürge devletleri kurma hayalleri, Osmanlı'nın bir an önce dağılmasına zorunlu olarak öngörmekteydi. Dolayısıyla, I. Dünya Savaşı boyunca Osmanlı Devleti'ne yönelik olarak yürütülen propagandanın bir işgal propagandası olarak tanımlamasında hiçbir yanlışlık olmayacaktır. Bu propaganda nihai tahlilde aciz ve güçsüz bir şekilde yıkıma doğru sürüklenen bir Osmanlı coğrafyasını var kılabilmenin hayaliyle şekillenecekti.

Bu kapsamda İngiliz propaganda birimi Osmanlı Devleti üzerinde hem cephede savaşan askerlere dönük olarak, hem de cephe gerisindeki halka yapılacak biçimde iki farklı propaganda yöntemi uygulamaya koymuştur. Bu yöntemlerin ilki, cephede savaşan askerin moralinin bozulmasına yönelik siperlere atılan broşürler ve beyannameler oluşturmaktaydı.

Cepheye atılan broşürlerle ilgili olarak 1915 senesinde, Osmanlı savaş cephelerinin farklı siperlerine atılanlardan bir seçkinin değerlendirilmesi, yürütülen propagandanın kapsamını anlamak açısından bize iyi bir çerçeve sunmaktadır.

> 'Sevgili arkadaşlar, kardeşler. Bildiğiniz gibi biz arkadaşlarınız, yalancı Almanların hatırı için olan bu muharebe muhitinden kurtulup İngilizlerin eline geçmiş bulunuyoruz. İngilizler bizi iyice yedirip temiz su verdikten maada, tütün ve her istediğimizi dahi veriyorlar. Buraya geldiğimizde yaralı olanlarımızı devlet hekimlerine tedavi ettirdiler. Hatta çalıştırdıkları neferlere dahi emeklerine mukabil ücret veriliyor.'
>
> * * *
>
> 'Ne zaman ateşkes yapacağınızı merak ediyorum. Bu elem veren savaştan ne zaman kurtulacağız. Ateşkes yapılacağı zaman, bilirsiniz biz İngilizler savaştan sonra, size zindelik kazandıracağız. Çünkü siz Türkler, en büyük kahramanlar gibi yiğitlik ve kararlılık gösterdiniz. Ancak kamu yararının eski haline getirilmesi için savaşı sona erdirmenizi dilerim. Biz Türkleri severiz. Biz sizlere şimdi yaptığımızdan daha çok ferahlık verebilme gücündeyiz. Durum bundan başka bir şey değil. Savaş durumunun sürmesi ve sürmemesi görüşünüze bırakılmıştır.'
>
> * * *
>
> 'Osmanlı esirleri, Nil kenarında gayet muntazam bir bahçede ikamet ediyorlar. Her biri için ayrı ayrı yataklar tahsis edilmiştir. Herkese çeşit çeşit tabaklarla yemekler verilmekte olduğu gibi her gün sigara, salam vs. dağıtılmaktadır…

> Üsera-yı Merkume, milli aletleri bulunan saz ve sazendeler tedarikiyle zamanı hoş geçirebilmeleri için eğitilmektedirler. Mısırlı dostları tarafından sazlar vesaire oyuncaklar hediye edilmiştir. Esirleri ziyarete müsaade edilmektedir. Esir zabitan için ayrı ayrı daireler tahsis edilmiş, karyola, battaniye, çarşaf, sandalye, kanepe ve masalar verilmiştir. Yiyecek ve içeceklerine itina edilmekte olunup, bunlar özel işçiler tarafından hazırlanmaktadır. Üsera-ya yevmiye 4–4,5 şilin verilmektedir. İkamet eyledikleri bahçe içerisinde açtırılan hususi dükkânda her nevi meyve ve tatlılar ve saire, ehven fiyatla sattırılmaktadır. Üsera-yı zabitan ve neferler ile muhafazalarına memur olanlar arasında fevkalade muhabbet ve samimiyet mevcuttur.' (Avşar, 2004: 57-59)

Bu dönemde; Osmanlı askeriyesinden firar ederek İngiliz cephesine geçen sözde Türk askerlerinin ağzından yazılmış mektup ve broşürler oldukça yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Bu tür mektuplar, Türk cephelerinde elbette ciddi rahatsızlıkların vuku bulmasını sağlayacak düzeyde yoğunlaştırılmıştır. Örneğin; "9 Temmuz 1917 tarihli 'Türk Asker Arkadaşlarıma' başlıklı ve Mehmet Hilmi imzasıyla başka bir propaganda belgesinde de, İngilizlerden iyi muamele gördüğünü ifade ederek, Türk askerini de ilticaya davet eder.

'Kardeşlerim firar ederek, iltica ettim. Beni ve arkadaşlarımı korumaları altına alarak çok iyi davrandılar. Çölde, kum deryalarında mahvolmaktasınız arkadaşlarım. Et konservesi, tatlı kutusu ve peksimet için İngiliz siperlerine geçmeye can atıp gönüllü olarak bunlara ulaşmaya çalışıyorsunuz. İngilizlere iltica ediniz. Yemin ederim ki, iltihak eden asker ve zabitan için yok yoktur. İngiliz'de her şey ziyadesiyle mevcuttur.' (Avşar, 2004: 260)

Cephede durum bu şekilde yoğun bir hızla devam ederken, cephe gerisindeki halkı hedef alan İngiliz propagandası da çok yüksek bir tempoda devam etmekteydi. Cephe gerisindeki Osmanlı tebaasına dönük olarak yürütülen propaganda faaliyeti ile amaçlanan; Osmanlı halkının savaşa olan desteğinin ve yardımının azalmasını sağlamak ve Osmanlı hükümetine karşı bir iç isyanın oluşmasını pekiştirecek düzeyde manipülatif çağrılarda bulunmak şeklinde uygulanmaktaydı. Bu propaganda genelde İstanbul başta olmak üzere belli merkezlerde, küçük risaleler ve broşürler yardımıyla bu faaliyet halk üzerinde yürütülmeye çalışılıyordu. Bununla ilgili olarak yayınlanan bir broşürde;

> "(…)Bilmiyor musunuz ki dün uyruğunuz, bugün bağlaşığımız olan Bulgarların, beş tane şeker fabrikaları var. Ülkemizde pancar mı yetişmez? Kafkasya'nın karları içinde donan kalbimizi biraz ısıtacak bir bardak için Almanlara avuç açıyoruz. Sırtımıza,

ayağımıza, başınıza giydiğiniz paçavralar için Almanya'ya borcumuz 250 milyon lirayı buldu. Daha şimdiden hükümetim borcuna karşılık, maden ayrıcalıklar veriliyor. Bu gidişle, bütün Anadolu Almanların eline geçecek. Altın karşılığı olmayan kâğıt paraların vadesi sona erince borcumuzu ödeyemez hale geleceğiz. Günde 300 dirhem (960 gr.) ekmekle ordunun açlıktan nefesi kokarken, hükümet, Almanya'yı doyurmak için vagon vagon buğday, zeytinyağı gönderiyor. Bugün her bakanımızın hiç olmazsa birkaç yüz bin lira serveti var. Kimi yağ, kimi un, şeker ticareti yaparak kimi altınla 12 kuruşa yüzlük banknotla kasasını dolduruyor. Bir taraftan Almanlar, diğer taraftan ittihatçılar memleketi soyup bitiriyorlar.

İstanbul'da açlıktan ölenlerin sayısının 250 kişi olduğunu biliyor musunuz? Biliyor musunuz ki yoksulluk yüzünden namusuyla şöhret bulan Türk kadınları, Alman gemicilerin subaylarıyla görüşmeye kadar alçalıyorlar! Benimle beraber birçoğunuz İstanbul'da iken pekâlâ gördünüz ve işittiniz. Bugün başkentte İslam hanımları Almanlarla açıktan açığa evleniyorlar. Sanki İslamiyet'i savunmak için savaşır görünürken herkesten kutsal şan ve şerefimizi dostlarımız ayaklar altına alıyorlar. Bugün ülkede belki 100.000 asker kaçağı var. Hangimiz tarafından bilinmiyor ki, bunların kimisine bin lira karşılığında Alman demiryolu görevlisi, düzmece müteahhit belgeleri veriyorlar. Kimisine de birkaç kuruşa merkez komutanları, jandarma subay ve erleri göz yumuyorlar. Buna kutsal savaş değil; Savaş Ticareti derler. Irak'a gelirken yolda karşılaştınız mı? Taşıma otomobillerinde ki Almanlar tutturabildikleri ücretle yolcu taşıyorlar. Hangi birini sorayım benim bildiğim bu kadar. Belki bende de iyi bu yüzsüzlüğü biliyorsunuz. Bütün bu Almanlar altın akçe aldıkları ayaklarıyla on kuruşa banknot toplayıp sonra, aynı parayı ödünç adı altında bize yüze ciro ediyorlar. Artık soyulmanın bu kadarı günah olmanın yanı sıra ayıptır. Siz canınız dişinizde köyünüzde aileleriniz dağınık, aç ve susuz savaşırken o bir taraftan ticaret bilimiyle, hayırsızlığı ile uğraşıyor!

Savaşın başlangıcından beri, Romanya'ya, Makedonya'ya, Galiçya'ya, İtalya'ya sözün kısası dört tarafa ordular gönderdik. Elimizdeki buğdaya varıncaya kadar dostlarımıza verdik. Başımız sıkılınca iki çürük gemi, sekiz top küfe küfe kâğıttan başka ne aldık. Nerede yüz binlik ordularıyla yanımıza koşacak Almanlar? Biz düşmanı yanlış yerde arıyoruz. Asıl düşman, hem düşmanın en korkuncu, başımıza türlü türlü vaatlerle, Allah'ın belası gibi yapışan Almanlar sonra onlara uşaklık eden ittihatçılar. Görmüyor musunuz ki bütün dünya Almanlara karşı savaşıyor? Büyük savaş duyurusu yapmışken İslam dünyasının kılı kıpırdamadıktan başka dışarıda ki dindaşlarımız tepkisiyle karşılaştık. Örnek mi istiyorsunuz? İşte Mekke Şerifi! Hükümetin İslam hukukunu koruması şöyle dursun tam tersine onu kötüleştirdiğine en büyük şahit olan Peygamber soyundan gelen adı geçenin İngilizlerle iş birliği ve ittihatçılara açıkça düşmanlık ilan etmesidir.

Her taraf öyle: Hint ve Afgan'dan tutunuz, ta Cezayir, Fas'a kadar tek bir İslam, iş başında ki kabineyi onaylamıyor. Almanlara ülkemizi verdikse dinimizi de mi bağışlayacağız?

Zararın neresinden dönülse kardır. Ulusların bağımsızlığı için savaşan milletler, elbette Türklerin esaretini istemezler. İnsanlığın düşmanı olan 20.yy'da hak ve adalet yerine, zorbalıkla egemenliği altında tutmak isteyen, Almanlığa ve onun keyfi yönetimine karşı savaşan insanlığın gözünde biz Türkler, Almanların ayıplanacak aç gözlülüğünün kurbanları diye tanınıyoruz. Şimdi elimizde silahlarımız var iken insanlığımız, esir olmadığımızı kendi kendinize açıklayınız, kanıtlayınız. Ülkemizi kapsayan bu hırslı, aç göz yabancıyı aramızdan kovunuz. Kendinize acımanız yoksa bari köylerinizde açlıktan ölen evlatlarınıza, yoksulluktan namusunu satan kadınlarımıza acıyınız."(Avşar, 2004: 65-66)

Bir başka bildiride ise; yürütülen propagandanın nasıl ustaca planlanıp, akıl çerçevesi içerisinde ve mantıki delillerle güçlendirilerek ne şekilde hayata geçirildiğini görmekteyiz:

"Ey Osmanlılar! Almanya, Almanlar ve Alman İmparatoru hakkında ne düşünüyorsunuz?

— Türkiye'nin himayesini vaat eden kimdir?

— Wilhelm'in Türkiye'yi himaye ettiğini vaat ettiği andan itibaren, Türkiye kaç vilayet kaybetti?

— 12.

— Wilhelm'i Osmanlı ordusunu tazyik için gönderdiği, generallerin, tarih-i muvassalatından beri hastalık ve yaradan telef olan askerin adedi ne kadardır?

— 800.000

— Türkiye'yi İngiltere ile harbe icbar etmek için Enver Paşa'ya rüşvet verdiren kimdir?

— Wilhelm.

— Ölü cesetleriyle harp zedelerden başka Türkiye bu harpten ne kazandı?

— Hiç.

— Türkiye'nin parasını çarpan ve kanını emen kimdir?

— Wilhelm.

— Wilhelm, aldığı para ve döktürdüğü kanlara mukabil ne verdi?

— Demir haçlar.

— Hezimet saatinde Türkiye'yi en evvel terk edecek olan kimlerdir?

— Almanlar.

— İstanbul'u tedhiş için şehri top altında tutan kimlerdir?

— Almanlar

— Abdülhamit'e yaltaklananlar kimlerdir?

— Almanlar.

— Hilal'i alkışlayan kimlerdir?

— Almanlar.

— Enver Paşa'yı mevk-i iktidara getirenler kimlerdir?

— Almanlar.

— Sizi katlettiren, sonra vatanınızı gasp etmek emeline düşen kimlerdir?

— Almanlar." (Avşar, 2004: 320)

Yine Osmanlı Devleti'ne yönelik olarak yürütülen ve bugün dahi ispatı mümkün olmadığı halde dünya kamuoyunda bir uluslar arası 'silah' olarak kullanılan 'Ermeni Katliamı' meselesinin başlangıcı da o günlerdeki yürütülen propagandaya dayanmaktadır. Bu kapsamda; İngilizlerin bizzat yardım ve desteği ile sözde pek çok eser kaleme alınmış ve bu eserlerde bazı istatistiksel verilere yer verilmek suretiyle yürütülen propaganda güçlendirilmiştir.

Sözde Ermeni katliamı iddiasının ilk başlangıcı, İngilizlerinin propaganda birimi olan Wellington House'un 'The Treatment of Armenians in the Otoman Empire' ismiyle yayınlamış olduğu kitap, aslında Ermenilerin vesilesiyle söz konusu olmuştur. Kitap, aslında Ermenilerin doğuda isyan etmediklerini, lakin Osmanlı hükümetinin Ermeniler üzerine isyan ettikleri bahanesiyle bir soykırım ve katliam faaliyetlerine giriştiklerini anlatmakta, alttan alta Ermeniler tahrik edecek bir üslup kullanarak kara propaganda kullanmaktaydı. Neticede ikinci, üçüncü el kaynaklardan derlenerek yazılan kitap anlatılanların doğruluğundan ziyade hem Osmanlı ahalisi hem de ermeni halkını karşı karşıya getirmeye yönelik bir üslupla kaleme alınmıştır.

Böylece hem dünya kamuoyunda Osmanlı Devleti'ni yıpratmak hem de diğer Osmanlı tebaası içerisinde ayrılıkçı fikirlerinin yaygınlaşmasını sağlamak adına Wellington House'un yürütmüş olduğu propaganda başarıya ulaşmıştır. Öyle ki; Osmanlı Devleti'ne bağlı yegâne tebaalarından birisi olan ve 'Millet-i Sadıka' olarak anılan Ermeniler 20. yy sonunda, Osmanlı ve Türk soykırımına maruz kalmış çaresiz bir halk olarak bilinir hale gelmiştir.

I. Dünya Savaşı sırasında yaşanan propaganda çalışmalarının bir diğer boyutunu Amerikan Birleşik Devletleri'nin savaşa katılması sonrasında yaşananlar oluşturmaktadır. I. Dünya Savaşı'na; Amerika'nın katılması ise, yaşanan propaganda savaşına yeni bir boyut kazandırmıştır. Özellikle savaşın başından beri Almanya'nın Amerika'nın savaşa girmemesi adına yürüttüğü onca faaliyete rağmen, Amerika İngilizlerin yanında savaşa dâhil olmuş ve İtilaf Devletleri'nin propaganda gücü iki katına çıkmıştır.

Savaşa girişi ile birlikte Amerikan hükümeti; halkını savaşa hazırlamak ve ikna etmek için propaganda faaliyetine hız vermişti. Özellikle toplumsal bir kabullenişi hâsıl edebilmek ve dünya kamuoyuna da savaşın itilaf devletleri tarafından arzulanan yüzünü gösterebilmek için Amerikan hükümeti, sinemadan oldukça yoğun bir şekilde faydalanma yoluna gitmiştir. Çekilen filmlerin neredeyse tamamında, Amerikan hükümetinin dünyadaki kaybolan barışı yeniden tesis edebilmek için savaşa dahil olduğunu, savaşan askerlere halk desteğini sağlamanın savaşın kazanılmasında ne kadar önemli olduğu ve Almanların nasıl vahşi ve barbarca bir savaşın uygulayıcıları oldukları defalarca anlatılmaya çalışılmıştır. Örneğin 1915 senesinde çekilen 'The Battle Cry of Peace' adlı sinema filmi; Alman ordularının Amerika'yı işgali sırasında yaşanan vahşeti ve felaket görüntülerini destekleyecek bir tarzda kurgulanmıştı. Bu filmler ile Amerikan hükümeti, hem kendi halkı arasında hem de dünya kamuoyunun gözünde ciddi bir propaganda başarısına imza atmıştır. (Mutlu, 2003: 135)

Amerikan hükümetini I. Dünya savaşında yürütmüş olduğu propaganda çalışmaları sadece sinema ile sınırlı kalmamıştır. Başta başkan W.Wilson olmak üzere, tüm Amerikan yöneticileri toplumu manevi açından savaşa hazırlamak ve moral değerini yüksek tutma adına pek çok girişimde bulunmuşlardır. Savaşın başlamasıyla birlikte başkan Wilson'un talimatıyla ABD Kamu Enformasyon Komitesi kurulmuştur. Bu kurulun başkanlığına havadan atılan bildiri ve broşürler için 'Kâğıttan Mermiler' kavramsallaştırmasını yapan gazeteci-yazar George Creel getirilmişti. Creel başkanlığında çalışan komite, savaşa tarafsız kalan ülkelerde propaganda büroları açmaktan, günlük gazete çıkarmaya, basın bürosu kurarak haberleri sansür etmeye, yabancı dilde yayınlar yapmak suretiyle filmler hazırlamaya dek bir seri faaliyete girişmiştir. Bu çalışmalardan belki de en önemlisi seyyar hatiplerden oluşan sayısı epeyce fazla bir ekip kurması olmuştu. Henüz kitle iletişim araçlarının etki sahasının ülkenin her yanına nüfus edecek bir güce sahip olmayışı, bir hatipler ordusuyla savaşın propagandasının ülkenin en ücra yerlerine kadar ulaşmasının yolları aranmıştır. (Mutlu, 2003: 185-186)

Amerikan hükümeti, özellikle düşman kuvvetlerine olan toplumsal nefreti ve kini körüklemek maksadıyla gerektiği ölçüde sinemadan ve afişlerden yararlanmayı ihmal etmemiştir. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sinemalarda 'dört dakikalık insanlar' tarafından yapılan konuşmalarda işlenen acımasızlık öyküleri bu tür etkinliklere örnek sayılabilir. Bu dört dakikalık konuşmacılar bu süreye kesinlikle uymakta ve düşman

ülkeye karşı nefret uyandırmak amacına hizmet etmekteydiler. Örneğin; müttefikler, tamamen uydurma olan ancak yaygın olarak söylenen, Alman askerlerinin Belçika'da Belçikalı çocukların ellerini kestikleri öyküsüyle Almanlara karşı nefret uyandırılmasında büyük başarı sağlamışlardı. (Bektaş, 1996: 146)

Aynı zamanda; cepheye asker toplama faaliyetleri sırasında yürütülen propagandalarda ciddi ölçüde afişlerden faydalanılmaktaydı. Bunun en somut örneğini, günümüzde bile hala belli konular için kullanılan "seni istiyorum" afişinde görmekteyiz. Poster de 'Sam Amca'nın kendisine bakanı direkt hedef alan ve işaret parmağıyla yapmış olduğu 'Seni İstiyorum' çağrısına Amerikan halkı kayıtsız kalamamıştı. I. Dünya Savaşı'nda başarıyla kullanılan bu poster II. Dünya Savaşı'nda bile tekraren kullanılmış ve 4 milyon adet basılıp, tüm Amerika kıtasına dağıtılmıştır. (Bektaş, 1996: 130)

Benzeri bir yöntemi savaşın hemen başlarında İngiliz ordusu da kullanmıştı. İngiliz ordusunu kullandığı afişte bir kasket resmi vardı ve altında şunlar yazılıydı: 'Bu kasket başınıza uyuyorsa bugün orduya katılın!' Bu afişten başka, diğer posterler ile de hükümet halk üzerinde daha zorlayıcı bir üslubu kullanmaya çalışıyordu. Bir nöbetçi ufku kapatıyordu. Altında şunlar okunmaktaydı: 'Dur! Kim var orada? Dost isen İngiliz ordusunun saflarına katıl, cephedeki yiğit delikanlılara yardım et.' Ya da bir izci, süklüm-püklüm oturan babasına bir şeyler soruyor: '1915'te İngiltere özgürlük uğrunda savaşırken ona yardım için sen ne yaptın baba?' (Megret, ?: 65)

4.7. Nazizm Propagandası

I. Dünya Savaşı'ndan mağlup ayrılan Alman ordusunun, yaşanan yenilgiyi bir türlü hazmedemeyen askeri Adolf Hitler; bir yandan ressamlık hayalini gerçekleştirme yolunda çalışırken, diğer taraftan ise siyasi ve de askeri meselelerle de yakından ilgilenmekteydi. Hitler'in; ilerleyen zamanlarda ressam olamayacağına dair almış olduğu olumsuz neticeler, onu siyasette ve Alman milletinin makûs tarihinin değiştirilmesi yönünde çalışmak için kamçılamış, Hitler adeta sanatçı ihtirasını siyasete kanalize etmişti.

Nitekim Almanya, o dönemde zor bir dönemden geçmekte idi ve halk arasında genel bir rahatsızlık havası hâkimdi.

1914-1918 yılları arasında süren I. Dünya Savaşı Almanya'yı her yönden iflasın eşiğine getirmişti. Alman ekonomisi çökme noktasına gelmiş, paranın değeri çok

azalmış ve işsizlik de had safhalara ulaşmıştı. Ortaya çıkan tablo psikolojik olarak yenilmiş, maddi olarak tükenmiş umutsuz bir toplumu tasvir etmekteydi. Halkın neredeyse tamamı, tüm servetlerini savaş döneminde kaybetmişti. Özellikle hem işsizliğin ağır yükünü taşıyan, hem de savaş yenilgisinin psikolojik çöküntüsünü üzerlerinden atamayan Alman gençliği çözümü milliyetçiliğe sarılmakta bulmuştur. Tüm Avrupa'da dalga dalga yükselen milliyetçilik akımı, Almanya'nın yeniden toparlanması için kurtuluş reçetesi gibi kabullenilmişti. Bu hem Versailles Antlaşması'nın ezici ve aşağılayıcı yönünü tersine çevirecek, hem de kaybolan Alman özgüvenini yeniden tesis edecekti. Nitekim Versailles ile Alman halkına yüklenen ağır vergiler, savaş tazminatları, toprak kayıpları ve yitirilen Alman gururu böylece tamir edilmiş olacaktı.

Bu yükselen Nasyonal Sosyalist akım, kendisine Alman İşçi Partisi çatısının altında yeşerme imkânını sağlamıştır. Daha sonraları tam bir diktatörlük rejiminin manivelasına dönüşecek olan partiye Hitler, kuruluşundan epey sonraları basit bir üye kaydı ile dahil olacaktı.

I. Dünya Savaşı'ndan yenik çıkan Alman ordusunun gururu ayaklar altına alınmış mağlup askeri Hitler; ressamlık tecrübesinin de sükûtu hayale uğramasının ardından kendisini bir anda milliyetçilik rüzgarının içerisinde bulacaktır. Partiye kaydolduktan sonra Hitler; kısa zamanda parti içerisinde hızla yükselmeye başlayacaktır. Özellikle 1920 senesinden sonra Hitler, öncelikle parti propagandasına ek olarak bu yönde kararlı çalışmalara girişecekti. Bu kapsamda girişmiş olduğu ilk iş, derhal bir toplantı organize etmekti. Bu toplantı için tarih olarak 24 Şubat 1920 belirlendi ve konuşmacı olarak kürsüye ilk olarak parti yöneticilerinden Dr. Johannes Dingfelder çıkmıştı. Dingfelder'in konuşmasının ardından mikrofonu Hitler almış ve çok geçmeden salonda tam bir coşku ve heyecan fırtınası yaşanır olmuştu. Konuşmanın etkisiyle kitle galeyana gelmiş, bağırış-çağırışlar içerisinde Hitler konuşmasını zor tamamlamıştı. Bu ilk tecrübe Hitler için daha sonraları kuracağı III. Reich'in ilk temelinin atılışını sağlayacak ve kitlenin böylesi bir harekete nasıl hazır bir halde beklediği konusunda kafalardaki soru işaretlerine yer bırakmayacak bir toplumsal kabul halini ortaya koyacaktı. (Özsoy, 1998: 287-289)

Bir sonraki adımda Hitler partinin ismine 'Nasyonal Sosyalist' ifadesini de ekleyerek 'Alman Nasyonel Sosyalist İşçi Partisi' (NSDAP)'nin halk nazarında kabul görmesi için hummalı bir çalışmaya girişmiştir. Hitler, kitlenin coşkulu söylevlere ne

düzeyde bir olumlu tepki verdiğini çok kısa bir zamanda anlamıştı. Lakin, istenilen değişimin salt konuşmalarla gerçekleşemeyeceğini fark eden Hitler, çok geçmeden kitlenin zihinlerine kazınacak ve kitleyi tek bir vücut haline getirecek bir takım sembollerin kullanılmasının zorunlu olduğunu fark etmiştir. Yeni bir toplumun doğuşu için, yeni kavramlara ve yeni sembollere duyulan ihtiyaca cevap verecek şekilde Hitler; öncelikle parti bayrağı ve amblemi üzerinde kafa yormaya başlamıştır. Hitler bizzat kendisi bu işle meşgul oluyordu. Kısa bir zaman sonra partinin sembolü ortaya çıkacaktı. Kırmızı bir zemin üzerine yerleştirilen beyaz bir daire ve içerisine çizilen siyah gamalı haç, Nasyonel Sosyalist düşüncesinin sembolü olarak belirlenecekti. Bu buluşun ardından Hitler, parti içerisinde yer alan bütün örgütlerin giyecekleri kıyafetler ve üzerlerinde taşıyacaklarını; yakalıklardan, pazu bantlarına varıncaya kadar tüm ince ayrıntıları, belirlemeye koyulmuştu. Kısa bir süre sonra Almanya'da kafanızı hangi yöne çevirseniz kırmızı-beyaz ve siyahın birlikteliğini, gamalı haçı görür bir duruma gelinmişti.

Son olarak, Nasyonel Sosyalist İşçi Partisi'nin (NSDAP) metalden yapılan siyah gamalı haçının çevresine konulmuş bir çelenkle birlikte üstünde duran kartal kabartması ve altında sallanan püsküllerinde yazılmış olan 'Almanya Uyan' yazısı, Hitler'in partisi için sembol arayışının son noktasını temsil etmekteydi. Bu sembolik anlatım, çok kısa bir zaman içerisinde Alman milletinde istenilen tepkiyi hasıl etmiş ve kitlelerin parti bayrağı altında toparlanmasını mümkün kılmıştı. Çünkü bayrak o derece etkiliydi ki; kırmızı renk büyük oranda kanı ve savaşı temsil ediyor ve asker bir toplum olan Almanlar için kurtuluşun savaşla geleceğini betimliyordu. Beyaz daire umudu ve zaferi temsil ederken gamalı haç dini bir ritüel edasında ve gönülden bir bağlılıkla zaferin mutlaka Alman halkının olacağını müjdeliyordu.

Elbette salt bir gösteri havasıyla, Alman halkı Hitler'in çevresinde toparlanmıyordu. Bu debdebeli hareketin yanında unutulmaması gereken nokta Nasyonal Sosyalizm hareketinin başarısının, propagandalarını her yöne kolaylıkla çevirebilmelerinde yattığının görülmesi gerektiğidir. Hitler ekonomik açıdan çökmüş, yaşamdan herhangi bir beklentisi kalmayan bu insanlara partisinde çalışma imkânı veriyordu. Büyük ve güçlü Almanya vaatleri, kitleler tarafından kayıtsız şartsız ciddiye alınıyor ve benimseniyordu. Ayrıca Hitler'in tamirat borçlarını ödeyemeyeceğini, Versailles antlaşmasını yırtıp atacağını, Yahudiler başta olmak üzere, tüm tefecileri dize getireceğini, her Alman yurttaşına iş ve ekmek sağlayacağını bitip tükenmeden

anlatması, siyasi ve ekonomin anlamda bunalmış olan Alman halkı için çok iyi bir çıkış kapısı olarak gözükmekteydi. (Özsoy, 1998: 290)

Hitler; bununla birlikte kitleye tek bir toplumsal mesaj vermemek konusunda oldukça dikkatli davranmaktaydı. Toplumun bütün sınıfsal yapısını göz önünde bulunduran bir söylemle; orta sınıfa Bolşevizm'in yok edileceğini; işçi sınıfına emeğinin hak ettiği konuma ulaşacağını vaat ederken; kadınlara evliliğin ve anneliğin ne kadar kutsal bir öneme sahip olduğu ve yeni alman ırkının idealist Alman annelerinin sayesinde yetişebileceğini tekrarlamaktaydı. Bu propaganda farklılığından çocuklar da nasibini almış, en küçük yaştan başlamak üzere tüm çocuklara Nasyonal Sosyalist kurtuluş fikri aşılanmaya çalışılmıştır. Hatta öyle ki özellikle gençlere, I. Dünya Savaşı ile yitirilen ve de unutturulan Alman gücünün yeniden tesisinde başrolü oynayacak olanların kendileri olacağı sürekli telkin edilmiştir. Böylece toplumun hemen her kesimine çok yönlü bir propaganda yöntemi ile ulaşılmış olmakta ve toplum, büyük Almanya ideali çevresinde yekvücut kılınmaya çalışılmaktaydı. (Clark, 2004: 66-67)

Ve tüm bu propaganda çalışmasının yanında, Hitler Alman milletinin tarihsel kökenlerine, toplumsal bilinçaltına tekabül eden ve adeta bu şuur altını gıdıklayan bir söylemi diriltmeye de çaba sarf etmiştir. Bu aslında Almanya'nın uzun zamandır hasret kaldığı bir yeniden doğuştu ve Hitler de bu doğumun habercisi/mesihi idi. Almanların tarihsel olarak kitle simgesi orduydu. Ancak ordu, sadece ordu değil; ordudan fazla bir şeyi temsil ediyordu. Almanlar için ordu uygun adım yürüyen bir ormandı. Dimdik duran ağaçların dik duruşları bir cesareti ve yenilmezliği, yoğunlukları ve sayıları ise gücü ve ihtişamı temsil ediyor, bu da Almanların yüreğini derin ve gizemli bir hoşnutlukla dolduruyordu. Alman halkı atalarının yaşadıkları ormanın ta derinliklerine gitmeyi bugün bile sever, kendilerini ağaçlarla bir hisseder. Açıkça bunun farkında olmasa bile bir Alman için ordu ile orman, olası her biçimde birbirinin içine girmiştir. Alman üzerindeki bu orman romantizmi asla küçümsenmemelidir. Orman, Alman şiir ve şarkılarında çok yoğun işlenmiş; bu şiir ve şarkılarda yer alan ormana çoğu zaman 'Alman' adı verilmişti.

Özellikle 1870–71 yılında yaşanan Fransa-Prusya Savaşı'ndan sonra Ordu, artık Almanya'nın en güçlü sembolik anlatımıydı. Her Alman en başta ordusuyla büyük gurur duyuyordu. Alman gençliği orduda görev almayı kutsal sayar, toplumsal bilinçaltı da böylesi bir fedakârlığı çok kıymetli bir olgu olarak kabul ederdi. Dolayısıyla askerlik yapmayan, Alman sayılmayacak ve toplumda pek hoş karşılanmayacaktı. Almanya için

ordunun bu derece önemli bir yeri olduğu sebebiyledir ki; I. Dünya Savaşı'nda yaşanan büyük hezimet Alman halkı üzerinde bu denli yaralar açmış ve yine bu yüzden Hitler'in ateşli konuşmaları ile kitle coşkun bir sel gibi akmaya başlamıştı.

Hitler'in söylevleri, Almanları tarihsel bir yolculuğa çıkarmakta, ta ilk pagan ilkel topluluk halinde yaşadıkları ormanların içlerinden, 20. yy'a kadar elde ettikleri büyük zaferlere varıncaya kadar bir seri anlatım, Alman yükselişinin tekrarlanabileceği umudunu yeşertmekteydi. (Koç, 2002: 92-94)

Kitlenin bu şekilde hazırlanması ile birlikte, Hitler bir yandan parti içi örgütleme modelinde tam bir askeri disiplin oluşturmaya çalışıyordu. Partinin bürokratik anlamda yönetim kadrosu oluşturulurken, I. Dünya Savaşı'ndan mağlup olarak çıkmış ve Versailles Antlaşması ile dağıtılmış olan Alman ordusunun askerlerinin birincil önceliğe sahip olması planlanmıştı. Bu sayede Nasyonal Sosyalist Parti tam bir askeri disiplin ile çalışan, emir-komuta zincirine harfiyen uyulan bir yönetim anlayışı inşa edilmiştir. Parti içi örgütlenmede Hitler, disipliner bir bölümlendirmeye giderek şöyle bir mekanizma oluşturmuştu:

Birinci birim, Hitlerjugend'lerdir. Bunlar parti örgütlenmesi biçiminde çalışmaktadırlar. Yapı; öğrenci, profesör ve yargıçlar gibi meslek gruplarının bir çatı altında toparlanmasından oluşmaktadır.

İkinci grup, SA'dır. Bu grup, partinin ilk silahlı askeri gücüdür. Haziran 1934'de Hitler bir gecede bu hücum kıtası sayesinde rakiplerini öldürtmüştür. Bu ilk milis güç, temizlik operasyonundan sonra geri plana itilmiş ve yerini SS'ler almıştır.

Diğer birim, SS'dir. Görevleri Hitler'i korumaktır. Onun can güvenliğinden sorumludurlar. SS'lerin başında Himmler bulunmaktaydı. Himmler aynı zamanda partinin teşkilatlanmasını da yönetmekteydi. 1936 yılında bu örgütün üye sayısı 200 bine ulaşmıştır. Aynı zamanda SS'ler iç güvenlikten ve toplama kamplarından da sorumluydular.

Bir başka grup, Waffen-SS'dir. Bunlar askerlerin elit tabakasını oluşturuyorlardı.

Bir diğeri, SD'dir. Bunlar özel polis gücü olup Heydrich tarafından yönetilirlerdi. 1936 senesinden sonra tüm polis teşkilatını ele geçirmiş ve Almanya'nın yegane polis gücü haline gelmişlerdi.

Bir başka grup ise Abwehr'dir. Bu grubun görevi, karşı casusluk faaliyetinde bulunmaktı.

Parti içerisindeki en önemli gruplardan birisi de Gestapo'dur. Gestapo, toplumsal düzeni sağlayan polis örgütüdür. Cinayet masası, gizli polis gibi birimler Gestapo'ya bağlı olarak çalışmaktaydılar.(Koç, 2002: 102-103)

1926 senesinde ise bu örgütlenme içerisine Goebbels de şu sözlerle dâhil olmaktaydı: 'Şimdi artık sizin ne olduğunuzu anlıyorum! Lafla ihtilalci, ama harekete gelince yok. Ülkülerden çok söz etmeyin ve bu ülküleri sizlerin icat ettiğinize ve onları sizlerin koruyacağınıza inanarak kendinizi aldatmayın. Führer'i sımsıkı desteklemekle kefaretimizi ödemiş oluyoruz. Biz O'nun önünde, Germen derebeylerinin önünde bile eğilmeyen eski Normonlar'ın bükülmez gururu ile ağlıyoruz. Onun hepimizden büyük olduğunu, sizden ve benden de büyük olduğunu anlıyoruz. O, tarihe tap taze yaratıcı bir heyecanla biçim veren Tanrısal İrade'nin bir aracıdır'. (Özsoy, 1998: 294)

Hitler, ilerleyen zamanda öncelikle Alman işadamları ve sanayicilerini kendi safına çekmeye gayret gösterdi. Bunun için, herkesten gizli bir şekilde ekonominin devleriyle gizli görüşmeler gerçekleştirdi ve yanında yer almalarını sağlamış oldu. Artık, seçim meydanlarında boy gösterebilecek bir parti ve lideri hazır kıta beklemekteydi. Hitler, giriştiği tüm seçim kampanyalarını adeta törensel bir ayine çevirmekte ve alabildiğine yoğun bir propaganda söylemini kullanarak mücadele etmekteydi. Örneğin, 1932 senesinde gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçimi sonrasında; Hitler Hindenburg'un karşısında adaylığını koydu. Hitler Almanya'nın dört bir yanını dolaştı, pek çok mitingde büyük kalabalıklara konuşmalar yaptı ve dinleyenleri coşkudan çılgına çevirdi. Partinin diğer etkili iki ismi Goebbels ile Stasser Hitler'in propagandasını destekler mahiyette sürekli proje ürettiler ve Almanya'nın o zamana kadar görmediği propaganda kampanyasının mimarları oldular. Almanya'nın dört bir yanını, tamamen propaganda mahsulü milyonlarca duvar afişi ile donattılar. Seçim propagandası için, sekiz milyon broşür ile parti gazetelerinden on iki milyon ek baskı yaparak dağıttılar. Günde ortalama üç bin miting düzenlediler ve Alman seçimlerinde ilk olarak, filmlerden ve gramofon plaklarından yararlandılar. Kamyonların üzerine hoparlör koyarak propaganda yaptılar. (Özsoy, 1998: 294)

Bu seçim sonrası Nazi Partisi'nin oylarında yaşanan kısmi bir düşüşü ise, birkaç ay sonra Goebbels çarpıcı bir propaganda usulünü kullanarak Hitler'i başbakanlığa taşıyacak tarzda bir seçim kampanyasıyla telafi edecektir. Curt Riues, Goebbels'in, iktidarın alınmasından önce tehlikeye düşen bir durumu nasıl düzelttiğini şöyle anlatır: 1932 Kasımı'nda Naziler hızlarını yitiriyorlardı; iki milyon oy, Reidhstog'ta da otuz

dört sandalye yitirmişlerdi. O zaman Goebbels zorlu bir darbe indirmeye karar verdi. Partinin bütün propagandasını 150.000 nüfuslu bir merkez olan Lippe-Detmold'daki kısmi seçimler üzerine yoğunlaştırdı. Partinin "tenorları" birbirleri ardından seslerini yükseltti burada, bölge bu yöntemle işlendi. Manevra başarılı oldu, Naziler Lippe Detmold'da başarıya ulaştılar. Bu sayede kitlede eğilimin tersine döndüğü yönünde propaganda yapılmış, bu sayede Hitlerciliğin gerçekten yükselmeye başladığı izlenimi uyandırılmıştı. Bu sonucun ardından Hitler'den desteğini çeken bankacılar ve sanayiciler yine Nazileri desteklemeye başlayacaklardı. Yöntem kısa zamanda netice verdi ve 30 Ocak'ta Cumhurbaşkanı Hindenburg Hitler'i başbakanlık koltuğuna çağırdı. (Domenach, 1954: 72)

Bu sonuç elbette iyiydi, fakat Hitler'in hedeflerine ulaşması anlamında henüz istenilen neticeye varılamamıştı. Hitler bütün bir devlet yönetiminin tek bir elden, kendi idaresiyle yönetilmesini arzuluyordu. Hitler'in bu isteğinin önü Cumhurbaşkanı Hindenburg'un ani ölümüyle oldukça açılmış ve Goebbels'in 'marifetli' elleriyle ise Hitler'e Cumhurbaşkanlığı ile Başbakanlığın birleşmiş şekli hediye edilmişti. Tabii ki bu süreç bu şekilde kolayca gerçekleşmeyecekti. Cumhurbaşkanı Hindenburg'un ani ölüm haberi ile birlikte tüm Alman gazeteleri, Hindenburg'un yaşarken onayladığı bir kanun maddesi hakkında haber yayımladılar. Bu maddeye göre artık Almanya'da Başbakanlık ve Cumhurbaşkanlığı makamları tek bir başkanlık altında birleşecekti. Bu elbette Goebbels'in bir oyunu idi ve haber tamamen düzmeceydi. Lakin kamuoyu bu yemi yutmuştu. Bunun üzerine Goebbels maddenin halk tarafından da oylanarak kabulünü sağlamaya çalışacaktı ve meşruluğunu böylece temin etmiş olacaktı. Nitekim oylama günü radyolardan, ölen Cumhurbaşkanı Hindenburg'un Hitler'in başkanlığını onaylayacak tarzda yapmış olduğu bir ses bandı yayınlanacaktı. Evet, konuşma Hindenburg'a aitti fakat konu Hitler'in seçilmesi ile ilgili değil, Almanya'nın Milletler Cemiyeti'nden ayrılışının onaylanması ile ilgili idi. Goebbels'in tamamen yalana dayalı bu propagandası neticesinde Almanya'nın tek lideri Hitler olmaktaydı.

Bu, yıllardan sonra istenilen yegâne sonuçtu ve Goebbels Hitler'in tek lider oluşuyla ilgili sevincini şöylece dile getirmekteydi: "3 Şubat'ta günlüğüne, 'Artık savaşmak kolay' diye yazdı ve devam etti, 'Artık devletin bütün kaynaklarından yararlanabiliriz. Radyo ile basın elimizde. Ortaya büyük bir propaganda şaheseri çıkaracağız. Ve bu sefer parasızlık çekilmeyecek' dedi.

Böylece tarihin görüp görebileceği en büyük ve en çılgınca propaganda kampanyasının başlangıcı verilmiş oldu. Dağ taş, teneffüs edilen hava, içilen su; her şey propaganda malzemesiydi artık. Yapılacak tek şey tam bir bağlılık yemini ve kutsal bir sadakatle Führer'e teslim olmaktı. Teslim olmak, yani her insanın, vücudunun her bir zerresi ile ölüme her an adanmış bir halde, Hitler'den gelecek emirleri bekleyen bir kul haline dönüşmesi. Büyük Almanya için yapılacak tek ve yegane fedakarlık bu olacaktı.

Artık Almanya'nın 'yeni insan'ını üretmek için tüm engeller ortadan kalkmış ve bu uğurda her şey top yekûn seferber edilmişti. Yeni yetiştirilecek nesil tam bir askeri disiplin içerisinde, büyük oranda askeri okullar veyahut bu okulların daha indirgenmiş biçimleri olan kurumlarda eğitilmekte ve sonuçta da hayatlarını Führer'lerinin hayatlarına adamış genç askerler üretilmekteydi. Bunun için örneğin okullarda okuyan öğrencilerin; her şeyleri tam bir kontrol ve disiplin ile belirlenip uygulanacaktı. Öğrencilere cepsiz pantolonlar dikilmekte, tuvaletler kapıları her an kontrole açık bir şekilde dizayn edilmekte, gece uykuları bile çok yakından takip edilmekteydi. Bu yüzden gece yattıktan sonra yataktan yatağa seslenmek ya da konuşmak yahut gece yarısı tuvalete kalkmak sert cezaları da beraberinde getirecek davranışlar olarak belirlenmişti. Öğrencilerin tüm eşyaları sürekli kontrol edilmekteydi. Özellikle öğrencilerin aileleri ile kurmuş oldukları her türlü temas yakından izlenmekte, mektuplaşmalar bile kontrol edilip okunmaktaydı. Bu sayede gençlerin ailelerinden kopuşları sağlanmakta, yalnız kalan gencecik insanlar sığınacak tek liman olarak Führer'lerini ve partilerini görmekteydiler. Bu anlamda Hitler'in yeni insan tipi olarak sürekli reklâmını yaptığı nesil, büyük oranda hisleri-sinirleri alınmış, hayatının her anı kontrol edilen, böylece neredeyse robotlaşmış bir insan tipi şeklinde ortaya çıkmaktaydı. (Özsoy, 1998: 302)

Yine benzeri bir şekilde insan nesli kafatası ölçülerine göre Ari ya da insan olmayan olarak kodlanır olmuş, Nazi bilim adamları eliyle bu görüş bilimsellik hüviyetine kavuşturulmuştu. Naziler soy geliştirme programları ile ortaya çıkan tablo karşısında sistematik bir insan kıyımı faaliyetine girişmişlerdir. Bunun yanı sıra gelecek neslin genetik yapısını saflaştırmak için seçici üreme ve kısırlaştırma uygulaması da başlatılmıştır. Bu uygulamaları gerçekleştirmek için 1933 yılının Aralık ayında en düşük 'gönüllü' kısırlaştırma yaşını 10, zorunlu kısırlaştırma yaşını ise 14 olarak saptayan bir yasa çıkartılmıştır. 1935 yılının sonlarına doğru gelindiğinde 110 bin yetişkin ve çocuk 'tıbbî' kurumlarda kısırlaştırılmış ve binlercesi de öldürülmüştür.

(Clark, 2004: 92) Böylesi sapkın bir düşünce neticesinde, Arî ırkın güzelliği ve mutlak üstünlüğü üzerine methiyeler düzülmüş, dahası saf Alman ırkını yaratmak amacı ile damızlık Arî ırk yetiştirme çiftlikleri kurulmuştur.

Bir taraftan insan üzerine böylesi bir hummalı çalışma içerisine giren Naziler, diğer taraftan, toplumsal tüm alanları mutlak bir kontrol ile kuşatmanın peşindeydiler. Öyle ki, partinin izni dahilinde olmayan hiçbir şeye müsaade edilmeyecekti. Aksini düşünmek ise Nazi kolluk kuvvetlerinin güçlü pençeleri arasında meçhule giden bir yola çıkmak demekti. Radyo, bu toplumsal kontrolü sağlamada ve Nazi Partisi'nin söylemlerini ulaştırmada güçlü bir araç haline dönüştürülmekteydi.

Naziler en iyi propaganda başarılarını radyo aracılığıyla elde ettiler ve bu iletişim aracını resmi propagandalarının temel vasıtası olarak yaygın biçimde kullandılar. İlk seçim kampanyalarından birisi olan 1933 seçimlerinde Nazi Partisi; radyoyu tam bir propaganda makinesi olarak kullanmayı başarmıştı. Sadece bir aylık zaman diliminde Hitler tam 50 konuşma yapmak suretiyle radyoyu etkin bir şekilde kullanmayı bilmişti. Nasyonal Sosyalist Partisi'nin tek başına iktidar olduğu dönemde ise; radyo bekçileri görevlendirmek suretiyle radyo propagandasına ağırlık verilmeye devam edilmiştir. Bu bekçiler, Hitler ya da Parti'nin üst düzey yetkililerinden herhangi biri hitap etmeye başladığında, ev ve özellikle topluma açık alanlarda, özellikle iş yerlerinde sadece bu konuşmaların dinlenmesini sağlamakla görevli idiler. Radyonun bu kuvvetli tesiri karşısında, Naziler ucuz yollu radyo üretimine girişmişler ve her eve bir radyo girmesine çalışmışlardır.

Daha sonraları lokanta, fabrika vb. kamu mekânlarında radyoların ses yükselticileriyle beraber bulundurulması zorunluluk haline getirilmişti. Savaş sırasında söz konusu 'Radyo Bekçileri' halkın doğru istasyonları dinleyip dinlemediklerini de kontrol ediyordu. Radyonun, Nazi propagandasına sunduğu bir diğer olanak ise Hitler'in Alman sınırları ötesindeki Alman azınlıklara doğrudan hitap edilmesini sağlamasıydı. (Bektaş, 2002: 157)

Halk üzerinde radyonun yapmış olduğu tesir o denli güçlüydü ki; Hitler, Goebbels veya Göring radyodan hitap ederken, Almanya'da derin bir sessizlik olur ve görülmeye değer bir manzara oluşurdu. Çünkü dükkânlar kapanır, nakil vasıtaları yavaşlar, fabrika işçileri salonlarda toplanır ve halk büyük meydanlarda bu kişileri dinlemek için hıncahınç dolardı. Radyodan bu insanların ateşli konuşmalarını dinlemek öylesine bir

hal almıştı ki, Almanya'da 1935'te sayıları bir milyonu bulan radyo sayısı, bir yıl içinde tam altı milyon yüz kırk iki bin adete yükselmişti. (Koç, 2002: 113)

Radyoda sağlanan büyük propaganda başarısının bir benzerini Naziler, sinemada da yakalamaya çalışmışlardır. Mesela bir dönem propagandası yapılan 'Açlığa ve Susuzluğa Karşı Savaş' kampanyası boyunca, büyük oranda filmlerin etkisinden yararlanılmaya çalışılmıştır. Kampanya için çekilen filmlerin genel kurgusu oldukça basittir; büyük bir yemek kazanı etrafında toplanmış, mutlu insanlar ve dumanı tüten sosis… Filmin ilerleyen karelerinde çeşitli bölgelerden gelen milli kıyafetleri içindeki Almanlar benzer bir kazan etrafında dans edip, şölen havasında bir yürüyüşle Hitler'in önünden geçerler… Bu yürüyüş, hem lidere olan bağlılığı temsil ederken hem de güçlü Alman milletinin birlik ve beraberlik içerisinde nasıl yaşadığını sembolize etmekteydi. (Özsoy, 1998: 305)

Benzeri bir propaganda yöntemini Hitler; spor alanında da başarıyla uygulamıştır. Özellikle, tüm Almanya'yı güçlü bir ordu yapma iddiası ve hedefi sporu ve bedensel eğitimi yücelten-öven bir eğitim programını beraberinde getirmekteydi. Hitler bu eğitim yönteminin semeresini 1936 Olimpiyatları'nda almıştı. 1936 Berlin Olimpiyatları'nda Hitler sporun propaganda amaçlı olarak nasıl kullanılabileceğini tüm dünyaya göstermiştir. Bu olimpiyatlar Almanya'yı dünyanın ilgi odağı haline getirmiş ve Almanya tam anlamıyla bir propaganda panayırı olmuştur. Bu oyunlardan itibaren oyunlara ev sahipliği yapan tüm ülkeler sporun propaganda yönüne de ağırlık vermeye başlamışlardır. (Bektaş, 2002: 159)

Sonuç olarak Hitler, yaklaşık 10 küsur yıllık iktidarı döneminde, propagandanın tüm yöntemlerini, her türlü şart ve zeminde kullanmış ve adeta propagandanın 'yaşayan kitabı'nı yazmıştır.

Hitler bazen hiç olmayan bir şeyi var kılarak, bazen var olanı tanımlayacak bir hale sokarak, bazen de var olandan hareketle sürüp giden bir propagandayı var kılmaya çalışmıştır.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın Almanya lehine döndüğü dönemlerde dahi, propagandayı kullanmaktan asla vazgeçmemişti. Örneğin, Stalingrad'ın kaybedilmesine kadar geçen süre içerisinde Hitler, istediği anda Stalingrad'ın kendilerinin olduğunu söyleyip durdu. Alman orduları burada kuşatılınca, Stalingrad'ın ne pahasına olursa olsun savunulması gerektiğini anlattı. Daha sonraları ise alman ordularının burada yaşadıkları hezimet sonrası ne Stalingrad'tan ne de savunulmasından bahsedilir oldu.

Buna karşın yine de boşu boşuna ölüme gönderilen üç yüz bin askerin ölümü destanlaştırılarak propaganda malzemesi haline getirildi. (Domenach, 1995: 95)

4.8. II. Dünya Savaşı'nda Propaganda

II. Dünya Savaşı, Hitler'in tüm Avrupa'yı, arkasından da dünyanın geri kalan tüm bölgelerini nüfuzu altına alma niyetlerini gerçekleştirmek için harekete geçmesiyle başlamıştı. Zira I. Dünya Savaşı'nda, küresel paylaşım tam manasıyla tamamlanmamış ve adeta bir sonraki raunda bırakılan bir maç misali, yeni bir dünya savaşının vuku bulması beklenir olmuştu. Bu anlamıyla II. Dünya Savaşı, küresel güçlerin dengelenmesi ve taşların yerli yerine oturmasının uluslararası planda imkânına zemin hazırlamıştır.

II. Dünya Savaşı'nın başlangıcından bitimine değin, neredeyse savaşan tarafların tamamı az ya da çok olmak kaydıyla propagandanın her türlü vasıta ve imkânlarından yararlanmaya çalışmışlardır. Örneğin, savaşın hemen başlarında; Hitler'in Çekoslovakya'yı işgal etmesi hadisesi tamamen bir propaganda teatrali olarak planlanıp-sahnelenmiştir.

Hitler, işgal öncesinde Slovakların başbakanı Tiso ile bir görüşme yapmış ve Mart ayı içerisinde bağımsızlıklarını ilan edip etmeyeceklerini sormuştu. Başbakan net bir cevap vermemiş olsa da Hitler, Avusturya için uygulamış olduğu telgraf politikasını Çekoslovakya için de kullanmaya karar vermişti. Nitekim sözde telgraf 16 Mart'ta çekilecekti ve Başbakan Tiso, Führer'den hemen yeni Slovak devletini kurması yönünde yardım isteyecekti. Hitler ise 15 Mart akşamında Berlin'de yaptığı açıklamada artık Çekoslovakya diye bir devletin varolmadığının duyurusunu yapıyor ve telgrafa cevaben, Slovakları seve seve himayesi ve koruması altına alacağını söylüyordu. Hitler'in özellikle Avrupa'nın tamamına salmış olduğu korku havası ve yenilmez bir Alman ordusuna sahip olduğu yönündeki ısrarlı propagandası Çekoslovakya'nın ilhakını da kolaylaştırıcı bir etken olarak var olmuştur. (Özsoy, 1998: 316)

Hitler benzeri bir propaganda yöntemini Fransa'nın işgali sürecinde hayata geçirmiştir. Fransa ile Almanya arasında sürüp giden ezeli rekabet, II. Dünya Savaşı sonrasında Almanya'nın lehine gelişme göstermekteydi. Nitekim Hitler iktidara geldiği günden Fransa'nın işgal edileceği 10 Mayıs 1940 sabahına kadar sürekli olarak bir propaganda faaliyeti yürütmüştür. Bir yandan tarihsel olarak mevcut bulunan potansiyel öfke kabartılmaya çalışılmakta diğer taraftan Fransa'nın işgalinin Alman ilerleyişi için

nasıl kaçınılmaz bir durum arz ettiğinin sebepleri tekrarlanmaktaydı. Hitler, Fransız askeriyesinin ve bürokrasisinin içerisine, klasik Leninist propaganda taktiği gereğince pek çok adam yerleştirmiş, Fransız hükümetinin karar mekanizmasını felce uğratacak bir propaganda sürecini yürürlüğe koymuştur. Yine beş hafta gibi kısa bir zaman zarfında kolayca teslim alınan Fransa, öncesinde ciddi bir toplumsal kaosa ve kargaşaya doğru çekilmeye çalışılmış ve bu işte de oldukça başarılı sonuçlar alınmıştır. Öyle ki; Almanya ile Fransa arasında cephede savaş devam ederken, cephe gerisinde Fransız halk yayılan söylentilere kolayca inanmakta ve Almanların ezici bir güçle Fransa'yı tarumar edeceğini ve bunun karşısında yapılacak hiçbir şeyin kalmadığını kendi kendilerine tekrarlar hale gelmişlerdi. Yine Fransız askerlerinin Paris sokaklarında kendilerinden rütbece yüksek olan komutanlara selam vermedikleri yönünde haberler Hitler'in kulağına gidince, zaferin mutlaka Alman ordusu yönünde olduğu hususunda Nazilerin en ufak bir endişesi bile kalmamıştı. Nitekim son propaganda hamlesine, zafer kazanan Alman askerlerinin Fransız sokaklarında ilerleyişi sırasında şahit olmaktayız. Alman propagandacılar tarafından parayla satın alınan sokak kadınları, şehre giren Alman askerlerine tezahüratlarda bulunmakta, çiçekler hediye etmekte ve şükranlarını dile getirmekteydiler. Bu sinsi propaganda Fransız halkının maneviyatını hepten bitirirken, Alman askerlerine de moral sağlıyordu.

Yine aynı şekilde; Alman kuvvetlerinin Rus cephesinde yürütmüş olduğu propaganda faaliyetleri de oldukça ustalıklıdır.

Almanlar, Rus parasını taklit ederek bir gece balonlar içinde bu paraları Rus topları üzerine salmışlar, Rus uçaklarının bu balonları tahrip etmesiyle yerleşim birimlerine saçılan paralar fakir halkın eline geçmiş, bol paraya kavuşan halk yüksek zümrenin alışverişine tahsis edilen mağazalara hücum etmiştir. Bu durumdan haberdar olan komünist idareciler halkın elindeki parayı toplamak için uzun zaman uğraşmak mecburiyetinde kalmışlardır. Bunun ortaya çıkardığı psikolojik durum gerek halk, gerekse de devlet üzerinde büyük kargaşaya sebep olmuştur. (Özsoy, 1998, s.228)

Alman işgal propagandasına mukabil olarak, özellikle İngilizlerin girişmiş oldukları propaganda faaliyetleri de, savaş boyunca yoğun bir şekilde devam etmişti. İngiliz propagandasının merkezinde, Alman halkı ile Alman hükümetini ayıran ve buradan hareketle özellikle Hitler propagandasının yalana dayalı yüzünü açığa çıkartan bir usul takip edilmeye çalışılmıştır.

Savaşın ilk aylarında BBC propagandası; Alman halkı ile Nazileri birbirinden ayırmak suretiyle bir parçalama politikasını yürütmeye dönük olarak sürmekteydi. Bunun için 'Alman halkı ile barışa evet fakat Nazilerle barışa hayır' sloganı kullanılmaktaydı. Yalnız BBC'nin bu propagandası tek vücut olmuş Alman halkı üzerinde bir tesir yaratamamıştır. Bunun üzerine İngilizler propagandanın yönünü Nazi liderlerine doğru çevirmişlerdir. BBC'de yayınlanan programlarda, Nazi liderleriyle dalga geçiliyor ve aynı zamanda Nazilerin halka vaat ettikleri fakat gerçekleştiremedikleri bütün vaatler bir bir sayılarak, Alman halkının Hitler'e olan güveninin yıkılması yönünde çalışılıyordu. (Brown, 2000: 87)

Bu anlamda, karşılıklı gerçekleşen İngiliz-Alman propagandasının değerlendirilmesi sadedinde Lindey Fraser'in yorumları önemli sayılmalıdır:

"1- Nazi Propaganda Bakanlığı; kısmen Hitler'in propagandaya fazla güvenmesi, kısmen de Nazi propagandasının yurtiçindeki gözle görülür başarısı karşısında, yürüttüğü kampanyaların etkisini çok mübalağa etmiştir.

2- BBC'nin propaganda faaliyeti; uzun vadede, Alman halkının düşünce ve duygularını bir hayli değiştirmiş olduğu halde, davranışlarını hiçbir şekilde etkilememiştir.

3- Birinci Dünya Savaşı'nda olduğu gibi; İngiliz karşı-propagandası yine Alman propagandasının foyasını ortaya çıkarmıştır. Bundaki başarısını, daha çok karşı tarafın hatalarına borçludur." (Brown, 2000: 88-89)

Kabul edilmelidir ki, II. Dünya Savaşı sırasında yürütülen pek çok başarılı propaganda çalışmasına rağmen Almanlar, savaşın sonlarına doğru gittikçe kötüleşen bir propaganda tecrübesini yaşamaktaydılar. Savaş Almanlar için zorlaşmakta, cephelerde üst üste yenilgiler alınmakta ve bu da Alman propagandasının giderek hırçınlaşmasını ve daha fazla hata yapmasını beraberinde getirmekteydi. Öyle ki savaşın sonlarına doğru BBC'nin yürütmüş olduğu karşı propagandaya, çok sert yanıtlar vererek göğüslemeye çalışan Alman propagandası, büyük oranda suçlamalarını şahsileştirmekte ve daha ziyade yalana dayalı bir söylemi kullanmaktaydı. Bu ise hem Alman halkı üzerinde hem de dünya kamuoyunda Nazilerin itibarının zayıflaması anlamına geliyordu.

Nitekim İngilizlerin yürütmüş oldukları savaş propagandası Alman ordusu üzerinde ciddi bir etkiyi hasıl edememişse de, Alman işgali altında kalan ülkelerdeki bağımsızlık hareketlerine ciddi bir moral destek sağlamaktaydı. (Brown, 2000: 88-89)

Buna rağmen Hitler eliyle geliştirilen Alman propagandası, savaşın son günlerine kadar yoğun bir şekilde kullanılmaya devam edecekti. Alman ordularının almış olduğu yenilgiler, çoğu zaman zafer kazanılmış edasıyla sunulacak; kaçınılmaz olarak yaklaşan sonuç ise pek çok propaganda marifetiyle örtbas edilmeye çalışılacaktı.

Bununla ilgili iki örnek; Hitler propagandasının nasıl bir 'savaş histerisi'ne dönüştüğünü izah etmektedir. Birincisi Stalingrad hezimeti ile ilgili olanıdır. "3 Şubat 1943, sabah saatlerinde milyonlarca Alman dinleyici radyolarının başında şu haberi dinliyordu: 'Stalingrad yıkıntılarının zirvesine dikilen gamalı haçlı bayrak ile son muharebe de tamamlanmıştır. Ordunun verdiği zayiatlar boşa değildir. Almanya'nın ayakta kalması için onlar canlarını feda ettiler…'

Radyodan sunulan bu bildiri düpedüz yalandı. Çünkü Stalingrad'da aslında 6. Alman ordusu yenilmiş ve teslim olmuştu. Askerlerinin kanının son damlasına kadar savaşmasını arzulayan Hitler gerçeğin saptırılması emrini vermişti. Böylece Stalingrad hezimeti kitlelere destansı bir zafer kazanılmışçasına lanse edilmiştir.

Diğeri ise; Hitler'e yönelik olarak tertiplenen suikast girişimi ve neticesinde bu işi tertip edenlerin akıbetlerinin ne olduğudur. Savaşın son demlerine doğru homurtuları yükselen halka bir ders verme mahiyetinde Hitler yönetimine isyan edenlere yapılacakların sahnelendiği gösteri şöyle yaşanmıştır:

İkinci Dünya Savaşı'nın son günlerine doğru 20 Temmuz 1944 tarihinde, çantalı bir bomba ile Hitler'e suikast girişiminde bulunulmuş ve Hitler son anda çantanın fark edilip uzaklaştırılması neticesinde yara almadan kurtulabilmişti.

Suikaste yeltenenler kolayca yakalanmış ve uzun süren bir işkence sürecinden sonra mahkeme önüne çıkarılmışlardı. Goebbels bu duruşmanın, tüm halka örnek olması açısından filme alınması emrini askerlerine vermişti. Mahkûmlar salona o derece hırpani, eski ve kirli bir kıyafetle getirilmişlerdi ki, görenler bu tablo karşısında dehşete kapılmışlardı. Sanıkların içerisinde bulunan bir Mareşal o derece kötü vaziyette ayakta durmaktaydı ki, ağzındaki takma dişleri alınmış ve kemersiz bir pantolon giydirilmiş halde salonda ayakta öylece bekletilmekteydi. Böylesi bir tarz, bundan sonra Naziler'e; özellikle de Hitler'e karşı yapılması düşünülen her türlü eylemi ya da muhalefeti kökünden bitirmeyi amaçlamaktaydı. (Özsoy, 1998: 307-308)

Son olarak; Almanya'nın savaş boyunca çevre ülkelerde yürütmüş olduğu propaganda faaliyetlerine örnek olarak; II. Dünya Savaşı'nda tarafsız kalarak savaşa katılmayan Türkiye'de yapmış oldukları propaganda çalışmasına da değinmemiz

yerinde olacaktır. Bu anlamda, özellikle basın yoluyla yayınlanacak her türlü haberin yeri geldiğinde sansürlenmesi, yeri geldiğinde işgallerin görmezden gelinmesi ve tam bir Alman dostu tutum sergilenmesi yönünde pek çok propaganda usulü kimi Türk gazeteler eliyle de hayata geçirilmiştir. Bu konuda Cumhuriyet Gazetesi örneği oldukça manidardır.

> "Alman faşizminin Türk basınını etkilemedeki en büyük başarısı, kuşkusuz bazı gazete sahiplerine, redaksiyonlara ve bazı gazetecilere verdikleri rüşvetler ile gerçekleşti. Almanya'nın Mart 1941'de Balkanlar'a saldırmaya planladığı bir dönemde, Ribbentrop 9 Mart 1941'de Von Papen'e gönderdiği bir telgrafta, Türkiye'nin tarafsızlığını sağlayabilmek için, Türk basın ve radyo çalışanlarına vermek üzere birkaç milyon dövizin rezerve edildiğini belirtiyordu. Bu girişimle Türk basının faşist saldırıya uğrayan komşu ülkelerin kaderine kayıtsız kalması sağlanması amaçlanıyordu. Rüşvet operasyonu Ribbentrop'un Alman Büyükelçiliği'nde çalışan kayınbiraderi Jenke tarafından devam ettirildi. Von Papen, sonradan yaptığı bir açıklamada "Cumhuriyet" gazetesinin şef redaktörü Yunus Nadi ile yapılan bir görüşmeden sonra, gazetenin birkaç günlüğüne kapatılmasına neden olmuştu ama 18 Haziran 1941 tarihinde yayınlanan Basın ve Radyo yönetmeliği rüşvet sonucu faşizm lehine yazı yazan gazetelere rahatlık getirmişti. Bu yönetmeliğin hemen ertesinde, 19 Aralık 1941 tarihinde Yunus Nadi Alman ordularının Moskova önünde aldıkları yenilgiye rağmen, Türk-Alman dostluğunu öven yazılar yayınlıyor ve bu şekilde Alman militaristlerine kamuoyu desteği sağlıyordu. Türk basını Almanya'nın Sovyetler Birliği'ne yaptığı saldırı döneminde sadece Alman basın ajanslarının yayınladığı haberleri veriyordu." (Glasneck, 1966: 6)

İkinci Dünya Savaşı'nın seyrini önemli ölçüde değiştiren hadiselerin başında elbette Amerika Birleşik Devletleri'nin müttefikler cephesinde savaşa girmesi olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'na büyük oranda İngilizlerin yoğun baskısı sonucunda, küresel değişimde yerini alma ve imkânlardan yararlanma adına ABD savaşa girecektir. Amerikan hükümetinin savaşa katılmaya yönelik almış olduğu bu karar, Amerikan halkı tarafından kabul edilmemekte, halk savaşa dâhil olmak istememektedir. Bu süreci tersine çevirmek için Amerikan hükümeti tam bir savaş propagandası yürüterek halkı ikna etmenin yollarını aramaktaydı. Bunun için beklenen fırsatı Pearl Harbor sunacaktı. İkinci Dünya Savaşı için yoğun bir askeri hazırlık içerisinde olan ABD donanması, Pearl Harbor'da konuşlanmış bulunmakta ve hazırlıklarını Atlantik kıyısındaki bu yerde sürdürmekteydiler. Nitekim Almanya cephesinde savaşa dahil olan Japonya için Peal Harbor'daki donanma tam stratejik hedef pozisyonunda olmakta idi. Bu fırsatı

ertelemeyen Japonya, tam bir askeri baskınla Pearl Harbor saldırısını gerçekleştirmekte ve bu süreçte ABD donanması ağır kayıplar vermekteydi. Daha sonraları çokça tartışılan esas konu ise şu olmuştur:

Amerikan istihbaratı hava ve donanma kuvvetleri nasıl olmuştu da böylesi bir baskını önceden tespit edememiştir? Siyaset yorumcularının ve tarihçilerinin ortak kanaati, böylesi bir durumun ABD ordusu için söz konusu olamayacağı, buna bizzat ABD hükümetinin göz yumduğu yönünde olmuştur. Neticede süreç nasıl gelişmiş olursa olsun ABD hükümeti İkinci Dünya Savaşı'na katılmak için gerekli olan halk desteğini bu saldırı sırasında çok rahat bir şekilde sağlamıştı. (Okay, 1957: 21)

Neticede ABD de İngiltere safında savaşa dâhil olmuş ve müttefik cephe hem taze bir güç kazanmış, hem de savaş propagandasının seyrini etkileyen yeni yöntemleri kullanır hale gelmiştir. Amerikan kuvvetlerince yürütülen propaganda faaliyetleri hem Amerikan halkı için, hem de diğer müttefik ülke halkları için yeni bir dönemi tanımlamaktaydı.

Özellikle 1942 senesinde kurulan savaş haberleri ofisi, bu propaganda çalışmalarının merkezi konumunu üstlenmiştir. Ofis, propaganda amaçlı 1,5 milyon ofisi ülke geneline dağıtmış, yüz bin haber ilanı ile tüm ulaşım ağına yayılmış, savaş görüntüleriyle şekillenmiş üç bin adet film çekmiş ve ülkenin her bölgesine on binlerce kopyasını dağıtmış, bu sayede her hafta sinemalara giden elli milyon Amerikan vatandaşına tam bir haber propagandasının yapılmasını sağlamış, Hollywood'da İkinci Dünya Savaşı'nı konu alan filmlerin çekilmesine destek veren politikaların planlayıcısı olmuştur. Aynı şekilde savaş haberleri ofisi, ülkedeki tüm haber akışını kontrolü altına almayı başarmış, bu sayede hükümetin onaylamadığı hiçbir bilgi yahut görüntü Amerikan halkına ulaşamamıştır. Örneğin; Amerikan askerlerinin cephede çekilen yaralı ya da ölü fotoğraflarının çok uzun bir süre haber yayınlarında gösterilmesine izin verilmemiştir. Bununla birlikte; öldürülmüş düşman askerlerine ya da düşman kuvvetlerinin halklarının özellikle çekmiş oldukları sıkıntılara yer verilmiş, bu görüntülerin Amerikan kuvvetlerinin ve müttefik güçlerin başarıları açısından gösterilmesi sağlanmıştır. Benzeri bir şekilde, savaş meydanlarında bazı anlarda zorluk yaşayan müttefik kuvvetlerle ilgili haberlere olabildiğine sansür uygulanmış, bunun tersi yönünde özellikle Amerikan askerlerinin cephelerde göstermiş oldukları başarılar birer kahramanlık öyküsü haline getirilip, müttefik kuvvetlerinin kendi halkları üzerinde iç desteklerinin muhafazasına yönelik çalışılmıştır. (Clark, 2004, s.150-151)

İkinci Dünya Savaşı boyunca; en az askeri kuvvetler kadar ciddi bir öneme haiz olan diğer bir güç de radyo olmuştur. Radyonun propaganda aracı olarak kullanılması, II. Dünya Savaşı öncesinde başlamıştı. Lakin savaş süresince, hem müttefik devletler eliyle hem de Alman cephesi tarafından çok yoğun bir şekilde radyonun kullanımına tanık olmaktayız. İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıç döneminde, ilk radyo propagandası savaşı İtalyanlar ile İngilizler arasında yaşanacaktı. Savaştan çok önceleri İtalyanlar "Bari" ismini verdikleri bir radyo kanalı vasıtası ile sömürge idaresi altında bulunan Arap yarımadasına yönelik propaganda faaliyetlerine girişmişlerdi. Hedef olarak Filistinli Arapları ve bölgede yaşayan diğer Arap unsurları, Yahudiler üzerine kışkırtıp bir karışıklık çıkarmaya yönelik bir propaganda usulü takip edilmekteydi. İngiliz hükümeti önceleri "Bari" istasyonunun yaptığı yayınlara pek önem vermemişti. Fakat daha sonraları özellikle Mussolini'nin bu kanal vasıtası ile tüm Arap ülkelerine İslam'ın tek hamisinin kendisi olduğu yönündeki konuşmaları üzerine İngiltere de gecikmeden bir radyo kanalına sahip olabilmenin yollarını arayacaktı. Çok geçmeden İngilizler de radyo yayınına başlamışlardı. Lakin İtalyanların haber spikerliğini, çok meşhur komedyen olan bir İtalyan yaptığı için Araplar Bari kanalına yoğun ilgi göstermekte, İngilizlerin ise ciddi ve de soğuk bir üslupla yapmış oldukları radyo programlarına itibar etmemekteydiler. Bu durum İngilizleri arayışa sürüklemiş ve çok kısa bir zaman sonra İkinci Dünya Savaşı'nın en başarılı propaganda örneklerinden birisini radyo vasıtasıyla elde etmişlerdir. İngilizler Arabistan'ın en güzel Kur'an okuyucusuyla bir anlaşma yapmış ve İngiliz kanalı her gün düzenli olarak Kur'an yayınına başlamıştır. Bu sayede Araplar yönlerini derhal Bari istasyonundan İngiliz istasyonuna doğru çevirmişler ve artık İngiliz haberlerini can kulağıyla dinler olmuşlardı. (Mutlu, 2003: 142-143)

Radyonun bu denli başarılı bir propaganda vasıtası haline dönüşmesi, İkinci Dünya Savaşı'na katılan tüm ülkeleri derhal propagandaya yönelik radyo istasyonları kurmaya sevk etmiştir. Özellikle; Avrupa coğrafyasının toprak ölçüsü açısından da geniş bir bölgeyi kapsıyor oluşu, yapılacak olan radyo yayınlarının kolayca yaygınlık kazanmasına da imkan tanıyacaktı. Bu sayede; her ülke radyo propagandası ile önce kendi halkına sürekli bir umut ve moral aşılamaya imkân sağlamış ve aynı zamanda da bu, düşman ülkelerin halkları ve askerleri üzerinde de alabildiğine yıkıcı bir etkiyi yaratmak için bulunmaz bir fırsat olmuştur. (Can, 2005: 68)

Ayrıca şunu da belirtmeliyiz ki İkinci Dünya Savaşı boyunca yönetilen radyo programlarının nerdeyse tamamı, kıyasıya bir karar propagandası yönteminin

uygulanması biçiminde yapılmaktaydı. Kaynağı belirsiz bir şekilde yürütülen bu radyo propagandası muhatap olan ülkeler açısından ciddi rahatsızlıklara sebebiyet vermekteydi. Örneğin savaşın hemen başlarında, özellikle İngilizlere yönelik kurulan tam üç Alman radyo istasyonu mevcuttu. Bu istasyonlar yayınlarını öylesine kamufle etmeye çalışıyorlardı ki, dinleyenler kanalın İngiliz kanalı mı yoksa düşman kuvvetlerine mi ait bir kanal olup olmadığını güçlükle ayırt edebiliyorlardı. Yine benzeri bir uygulamayı Almanlar, savaşın başlangıcıyla birlikte Fransa'ya yönelik olarak sayısı bilinmeyen pek çok radyo kanalı vasıtası ile yürütmüşlerdi. Böylece Fransa'nın işgali öncesinde halk üzerinde gerekli yıkıcı etki hâsıl edilebilmişti ve işgal kolaylıkla gerçekleştirilmişti. (Brown, 2000: 90-93)

İkinci Dünya Savaşı sırasında, Müttefiklerin, 'korsan radyo' teşkilatını kurmakla görevlendirdikleri Seftan Demler, savaştan sonra şunları söyleyecekti:

'Bu tür faaliyetlerimizin kaynağını şu faraziye teşkil etmiştir: Totaliter bir toplumu çürütmenin, parçalamanın tek yolu; yıkıcı propagandayı, o toplumun resmi kaynaklarından veriliyormuşçasına yayınlamaktır. Böylelikle Almanlar kendi resmi kaynaklarından verildiğine inandıkları talimat ve görüşlere uydukları takdirde; sadece, liderlerine karşı her zamanki itaatkârlıklarını sürdürüyor olacaklardı.'

Seftan Demler'in başkanlığında yürütülen bu müttefik radyo propagandası, esasında çok klasik yöntemlerin uygulanmasından başka bir şey değildi. Korsan radyo vasıtası ile öncelikle Almanların ulus olarak propagandası yapılmakta, hemen ardından ise Nazilerin Almanya'nın bu mükemmel imkânlarını heba eden sorumsuz ve de başarısız kişiler oldukları söylenmekteydi. Böylece Alman halkını değil bizzat iktidardaki Nazileri hedef alan bir söylem benimsenmiş olacaktı. Yine de aynı radyo yayınlarında; sözde eski bir Alman askeri emekli bir subay sözü almakta ve küfür dolu pek çok hakaret cümleleri ile Nazilere ve Hitler'e alabildiğine saldırmaktaydı. Radyo istasyonu ayrıca Hitler ve ona yakın olan yönetim kadrosunun aleyhinde olacak pek çok asılsız haberi doğruymuş gibi anlatarak iktidardakilerin, rüşvetçi, hırsız, sahtekâr ve birer cinsi sapık oldukları yönünde propagandalar yapılmaktaydı. Nihayetinde bu tür yayınların bir neticesi olarak pek çok Alman artık radyodan yayınlanan haberlerin Goebbels tarafından mı yoksa İngiliz ajanları tarafından mı planlanıp sunulduğu yönünde bir akıl karmaşasına düşmekteydi. Bu şekilde, istenilen karışıklık ve kaos ortamı Alman halkı içerisinde yaratılmış, aktarılan her türlü haberin doğruluğu ve kaynağı üzerinde tamamen bir şüphe perdesi oluşturulmuştur. (Brown, 2000: 90-93)

Yine benzeri bir şekilde; Pasifik'te müttefik kuvvetleri karşılayan 'Tokyo Gülü' de Japon propagandasının II. Dünya Savaşı boyunca güçlü bir sesi olarak yayına devam etmiştir. Propaganda yayını yapan bu radyo bilinenin aksine bir değil, tam on iki kadından oluşan bir ekip tarafından hazırlanıyordu. Japon radyo istasyonlarından çalınan Amerikan swing müziği ve askerlerin Amerika'ya dönünce yaşayacakları olası yaşamları ya da geride bıraktıkları aileleri hakkındaki duygusal yoğunluklu yayınlarla askerlerin kendilerini yalnız hissetmeleri ve sıla hasreti çekmeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Böylece cephedeki askerin moral değerleri üzerinde tam bir psikolojik savaş uygulanmış olacaktır. (Clark, 2004: 155)

II. Dünya Savaşı'nda uygulanan propaganda örneklerini; İtalyan ve Rusya propagandalarına birer örnek vererek sonlandırabiliriz. İtalya'da Mussolini eliyle yapılan propaganda faaliyeti, öncelikle İtalya içerisinde etkinliğin devamına yönelik olarak şekillenmekte, daha sonra ise İtalya'nın sömürge ülkeleri üzerindeki güç ve otoritesini pekiştirmeye dönük bir şekilde devam etmekteydi.

Öncelikle Mussolini'nin her türlü ayrıntıya tam manasıyla hükmetmeye yönelik tavırları, bir zaman sonra İtalyan propagandasının başarısızlığa doğru evirilmesine neden olmaktaydı.

İkinci Dünya Savaşı sürecinde yaşanan propaganda başarısızlığının en güzel örneğini İtalyan sinemasında görmekteyiz. 1930'lu yıllarda Habeşistan'ın ele geçirilmesi sürecinde çekilen bir takım propaganda içerikli kısa filmlerin halk üzerindeki olumlu tesirinden etkilenen Mussolini 1938 senesinde İkinci Dünya Savaşı'nda da sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanmak maksadıyla Cinecitta stüdyolarını kurdurmuştur. Bu stüdyoların başlangıçta çektiği filmlerde ciddi bir propaganda yöntemi uygulanıyor olsa da, savaşın ilerleyen dönemlerinde bu sinema asıl mecrasından sapmış ve sadece sıradan filmler çeken bir stüdyo haline dönüşmüştür. Örneğin sonraları yapılan filmlerin konusunu hep toplumsal kaos, şiddet ve sınıfsal ayrışma gibi sosyal gelişmeler belirlerken, bir zaman sonra hükümet aleyhine dönüşecek bir bilinçaltı faaliyetlerine imkan sağlanır olmaktaydı. Sonuçta ise İtalyan halkı, iktidar propagandasının böylesine başarısızlığa ulaşması ile dalga geçer bir hale gelmiştir. (Bektaş, 2002: 167)

Rusya propagandasıyla ile ilgili örnek ise tam bir sabra dayalı stratejik propagandayı özetlemektedir. Lituanya'da 'Larkas' gazetesinin eski yazı işleri müdürü, saygıdeğer bir generalin tavsiye mektubuyla gelip iş isteyen Guzevicius adlı bir gizli

ajanı işe almıştı. Genç Guzevicius sıkılgan, alçak gönüllü, saygılı ve biraz da hasta görünüşlüydü. Kimse onun bir ajan olmasından kuşkulanmıyordu; oysa Guzevicius yazılarını Sovyetleri hiçbir zaman kötü göstermeyecek bir biçimde yazıyordu. Bu özellik, "gençlik radikalizmdir" diye nitelendirilerek olağan sayılıyordu. Sovyetler 1940 Haziran'ında Lituanya'yı işgal edince, Guzevicius gazetenin sorumlu müdürünün karşısına çıkarak komünistlere özgü isteklerde bulundu: Anti-komünist memurların hepsinin işten çıkartılması ve faaliyetlerin bütünüyle Sovyetlerin denetimi altına girmesi yönünde isteklerdi bunlar. Artık mesele anlaşılmıştı; sevimli ve dürüst Guzevicius, hiyerarşinin içinde öyle sinsice yükselmişti ki, sonunda Sovyetleştirilmiş Lituanya'nın polis bürosu gibi çalışan İçişleri Bakanlığı'nın başına getirilmişti. (Labin, 1972: 31)

4.9. Soğuk Savaş Döneminde Propaganda

II. Dünya Savaşı'nın, müttefik kuvvetlerin zaferiyle son bulması neticesinde toplanan Uluslararası Yalta Konferansı'nda, savaşın yeni bir dönemi tanımlayan sonuçlarından hareketle yepyeni bir siyasal tanımlama ve ayrışma dönemine girilmiştir. Bu anlamıyla, Yalta Konferansı sonrası, dünyada yeni siyasal ve stratejik dengeler belirlenmişti. Genel hatlarıyla değerlendirildiğinde, iki ana çekim merkezi şeklinde bir ayrışmayı tanımlayan yeni dönem; bir tarafta ABD ve ona yakın olan ülkeleri, diğer tarafta ise Sovyet Rusya ve onun nüfuz alanlarında kalan bölgeleri kapsamaktaydı. İktidar propagandası açısından değerlendirildiğinde Amerika Birleşik Devletleri; siyasal anlamda 'özgürlüğü' temsil eden taraftı; buna karşın komünist Rusya ise 'demir perde' idi ve karanlık/şeytani olanı temsil ediyordu. Her iki güvenlik alanı dışında bir de, 'üçüncü dünya ülkeleri' olarak tanımlanan ve her iki devletin de ortak hüsnü-ü kabulü ile dokunulmazlık hakkı verilmiş bir devletler grubu oluşturulmuştu. Dolayısıyla 1945 senesi ile komünist Rusya'nın yıkılışını temsil eden 1990 senesi arası yaşanan zaman diliminde; her iki bloğun, tüm dünyayı etkileyen yoğun bir siyasi ve askeri propagandayı yöntem olarak benimseyip kullandığını görmekteyiz. Örneğin Sovyet Başkanı Kruşçev, bu karşılıklı olarak süren danışıklı-dövüş halini şöylece izah edecekti:

"Barış içinde birlikte yaşamanın iyi anlaşılması gerekir: Bu, iki toplumsal sistem arasındaki savaşın devamıdır ama bu savaş, barışçı araçlarla yürütülmektedir." (Megret, ?: 34)

Soğuk Savaş dönemi olarak tanımlanacak olan bu süre zarfında; her iki tarafın belki de ilk sayılabilecek en ciddi karşılaşmaları Kore Harbi sırasında gerçekleşmiştir.

Çin ile Kore arasında cereyan eden savaşta, ABD-Rusya denklemi belirleyici bir denge unsuru olmuştur. Bu süreçte her iki devlet, dünya kamuoyunu taraftarı ve destekçisi olduğu ülke yönünde yönlendirmek, haklılığına inandırabilmek adına karşılıklı bir şekilde sürecek yoğun propaganda faaliyetlerine girişmişlerdir. Örneğin bu dönemde yaşanan propaganda konularından birisi olan 'bakteri harbi' meselesi, tarafların savaş üzerinden nasıl bir dünya siyaseti ve iktidar ilişkisi ürettiklerinin en güzel kanıtını oluşturmaktaydı.

Olay şöyle cereyan edecekti. Sovyet Rusya; komünist olan iki uluslararası gazetecinin gündeme getirdikleri haberle bir zemin oluşturmaya çalışacaktı. Haberlere göre Amerikan hava kuvvetleri, havadan bulaşıcı ve öldürücü* etkisi yüksek pek çok bakteri barındıran bidonlar ve paketler atmaktaydılar. Bu haber dünya kamuoyuna bomba gibi düşmüştü. Öyle ki hiçbir ciddi tetkik ve araştırma yapılmadan kolayca kabul edilen bu iddia, iki hava subayının da bu olayı destekler mahiyetteki açıklamalarıyla iyice bir derinlik kazanmaktaydı. Hatta bir ara İngiliz esir kamplarında bile Amerikalıların bu yönteme başvurdukları yönündeki iddialar; İngilizlerin bile Amerikan askeriyesi hakkında dikkatli ve temkinli olmalarına yol açmıştır. Neticede Sovyet Rusya, çok güçlü bir propaganda olarak bu bakteri savaşı meselesini kullanmış ve dünya kamuoyunu istenilen yönde etkilemeyi de başarmıştır. (Clews, 1972: 255)

Benzeri bir şekilde Kore Savaşı boyunca Koreli ve Çinliler arasında yaşanan esir değişimleri bile, adeta birer propaganda savaşına dönüşmekteydi. Bu olaylarda da Amerika, esirlerin yeni hayata duydukları sözde özlemlerinden hareketle dünya kamuoyunda güçlü bir propagandayı yürütmeye çalışmışlardı.

Hem Amerika hem de Rusya savaş boyunca kendi propagandalarını esir kamplarında da yapmak maksadıyla yetiştirdikleri propagandist ve kışkırtıcıların bilerek yakalanıp tutsak edilmelerini sağlıyorlardı.

Bu yolla esir kamplarına sızan taraflar, kendi propagandalarının yapılmasını sağlamakta, düşman tarafın da kötülenmesine dönük bir anlatımı yürütmeye çalışıyorlardı. Savaşın bittiği tarih olan 1953 senesinde yapılan ateşkes antlaşmaları sonucunda yaşanan gelişmeler de, özellikle Amerikan propagandası açısından iyi bir malzeme oluşturmaktaydı. Esirlerin ülkelerine teslim edilmeleri sürecinde, serbest bırakılan 100.000 komünist esir kendi ülkelerine geri dönmek istemediklerini belirtmişlerdi. On beş bin civarında Çinli esir de yine Çin Halk Cumhuriyeti'ne değil de Tayvan'a dönmek istedikleri yönünde talepte bulunmuşlardı. Bu her iki istek de

Amerika'nın dünya kamuoyuna kolaylıkla reklam edeceği iki gelişme olmaktaydı. Böylece Amerika komünist bloklarda yaşayan halkların aslında komünist rejimi istemediklerini ve zorla bu iktidarların baskısı altında yaşadıklarını anlatacak yönde bir propaganda sürecini işletmiş, bu sayede özgürlükçü dünyanın yani Amerikan dünyasının nasıl istenilen, beğenilen ve tercih edilen bir dünya olduğu yönünde de söylemlerine haklılık kazandırılmasını sağlamıştır. (Bektaş, 2002: 174-175)

Kore Savaşı devam ederken yaşanan bir propaganda örneği ise Türkiye açısından çok çarpıcı sonuçlar doğurmuştur. Çin-Kore Savaşı'nda Türkiye de Kore askerlerinin yanında Çin'e karşı savaşta yer alma kararı almış ve askeri destekte bulunmuştu. Savaşın ilerleyen dönemlerinde, Çinlilerin eline esir olarak düşen Türk askerleri ile Çinli komutanlar arasında yaşanan hadiseler karşı propagandanın iyi uygulanması neticesinde nasıl bir psikolojik üstünlük halini hâsıl edebileceğinin güzel bir örneğidir.

Hadise şöyle gerçekleşecekti. Çinli askerlerin eline bir çarpışma sırasında 229 Türk askeri esir olacak düşecekti. Esir düşen askerlerin neredeyse tamamı yaralı bir vaziyette bulunmaktaydılar. Kendileriyle aynı dönemde esir düşen Amerikan askerlerinin yarısı esaret altında can verirken, Türk askerlerinden hiçbirisi ölmemişti. Burada komutana bağlılık ve moral motivasyon gibi kavramlar Türk askerlerinin zihni olarak teslim olmalarının önüne geçecekti.

Hadiseyi bir Türk Subayı, şöyle anlatmaktadır:

'Çinli kamp komutanına; bir askeri birlik olduğumuza göre, bütün grubun benim kumandam altında bulunduğunu söyledim. Eğer herhangi bir istekte bulunacaksa, önce gelip benimle görüşmesi gerekiyordu. Beni gruptan ayırdığı takdirde ise, sorumluluk ona değil, benden bir ast rütbedekine intikal edecekti. Emir ve komuta zinciri bozulmayacak; bu yüzden, burada iki er bile kalsa, diğerinden daha kıdemli olanın kumandasında devam edecekti. Ona isterse bizi öldürebileceğini, fakat yapmak istemediğimiz bir şeye bizi mecbur edemeyeceğini söyledim… Disiplin, yegâne kurtuluş yolumuzdu ve hepimiz bunun farkındaydık. Eğer bir Türk; üstlerinin, yemeğini diğer bir arkadaşıyla paylaşması veya bir teskereyi taşıması gibi emirlerine, sizinkilerin (yani Amerikalıların) yaptığı gibi karşı gelmeye kalkışsaydı, onun canına okunurdu. Hem de üstleri tarafından değil, o sırada kendisine en yakın bulunan diğer bir Türk tarafından…'

Esir kampında Türkler, Çinliler için başlı başına bir mesele teşkil ediyorlardı. Bir Çinli, tercüman vasıtasıyla onlara Komünizmi izah etmeye kalkıştığında, alaycı ve

şaşırtıcı sorularla serseme çevrilmişti. Bunun üzerine Çinliler, Rusya'dan Türkçe konuşan birisini getirttiler. Fakat o da öylesine bunaldı ki, bir gün ansızın kampı terk edip gidiverdi. Onu, Monica Felton adında bir İngiliz Komünisti takip etti. Bu kadın, Kadınlar Milli Meclisi'nin lideri idi. Ancak o da birkaç gün sonra Türkler tarafından hakarete uğradı ve solcu fikirleriyle başka yere çekip gitmesi söylenerek kovuldu. Sonradan iki ayrı komünist propagandacısı daha başarısızlığa uğramış ve bu işten vazgeçmek zorunda kalmışlardı. (Brown, 2000: 222-223)

Soğuk Savaş döneminin ilerleyen yıllarında da, devletlerarası süregelen propaganda usulü; kimi zaman bilimin kullanılması, bilimsel gelişmişlik halinin dünyaya bir sistem üstünlüğü başarısı olarak sunulmasıyla devam ederken, bazen de sanatsal çalışmalar ve buna bağlı olarak yapılan bir takım sosyal ve de kültürel etkinlikler iktidar propagandasının malzemesi olmaktan kendisini koruyamamıştır.

Özellikle Kore Savaşı ile ciddi yara alan Komünizm propagandasının imdadına, Rus bilim adamlarının buluşları yetişmekteydi. 1957 senesinin Ekim ayında, uzaya fırlatılan ilk uzay aracı ile komünist Rusya tüm dünyanın dikkatini kendi üzerine toplamayı başarmıştı. Bu hadise başlı başına bir Komünizm mucizesi olarak reklam edilmekte, uzaya gönderilen ilk erkek ve kadın astronotlar da komünizmin yetiştirdiği ideal insan ve vatandaşlar olarak tanıtılmaktaydı. Özellikle iki astronot Gagarin ve Titas, dünya çapında birer sembol haline gelmişlerdi. Sovyet Rusya içerisinde en ideal komünist, en mükemmel vatandaş olarak reklam edilen astronotlar, dünyanın geri kalan kısmına da, komünizmin ilerici ve aydınlık geleceğinin mimarları ve müjdecileri şeklinde takdim edilmekteydiler. Bu bilimsel propaganda, Sovyet Rusya'nın dünya halkları üzerinde yürütmüş olduğu iktidar propagandasına ciddi bir ivme kazandırmıştır. (Clews, 1972: 141)

Benzer bir şekilde, kimin tarafından yönlendirilip organize edildiği çok daha sonraları anlaşılan pek çok sanat çalışması da benzeri bir propaganda yarışının ürünü haline dönüşmekteydi.

Bunun tipik bir örneğini, Amerikan Soyut Dışavurumculuk Ekolü'nün Soğuk Savaş döneminde gerçekleştirmiş olduğu sergilerde görmekteyiz. 1940'lı yılların büyük bir kısmında devam eden New York Modern Saat Müzesi'nin organize ettiği pek çok sergi, hem Amerika içerisinde, hem de dünyanın diğer pek çok ülkesinde düzenlenmişti. Bu sergilerde daha çok Amerikan özgürlükçülüğü ele alınmakta, bu yolla Sovyet

Rusya'nın Kitsch adı verilen Milliyetçi Sanat akımıyla karşılaştırılmak suretiyle propaganda yürütülmekteydi.

1970'li yılların sonlarına doğru bu sergilerin CIA tarafından açıkça desteklendiği ortaya çıktığında, Soyut Dışavurumcu ekol başta olmak üzere pek çok Amerikan aydını ve sanatçısının devletten ve iktidardan bağımsız bir sanat anlayışına doğru eğilimlerinin değişmesine yol açmıştır. (Clark, 2004: 13-14)

Bu yöntemlerin yanı sıra, her iki devlet, ABD ve Rusya, dünya kamuoyunda cereyan edecek herhangi bir hadise ile ilgili olarak da müdahil olma ve söz söyleme hakkını kendilerinde görmekteydiler. Hele söz konusu olacak olan gelişme, herhangi bir tarafın menfaatlerine zarar verecek yahut verme ihtimalini bünyesinde barındıracak bir gelişme ise, en olmadık ve bir o kadar da kuşatıcı bir silah olarak propaganda derhal kullanılmaktaydı.

Bunun çok tipik bir örneğini İkinci Dünya Savaşı sonrasında Almanya ile diğer müttefikler arasında yapılacak olan Paris Antlaşmaları sırasında görmekteyiz. Komünist propagandacı ve kışkırtıcılar ellerinde pankart ve de bildirilerle Avrupa'da ve antlaşmanın yapılacağı Fransa'da, "Almanya'nın yeniden silahlanmasına karşıyız" ve "Fransız kültürünün bağımsızlığından yanayız" şeklindeki sloganlarla sürece etki etmeye çalışmışlardı. Özellikle daha sonraları gündeme gelecek olan ortak bir Avrupa savunma teşkilatı birliği, ortak bir Avrupa ordusu fikirlerine karşı çok ciddi bir karşı-propaganda faaliyetini yürürlüğe koymuşlardır. Avrupa'daki ülkelerini ortak bir savunma ve orduya sahip olmalarının Rusya açısından yaratacağı tehlikeden hareketle, komünist propagandacı ve kışkırtıcılar başta Fransız parlamento üyeleri olmak üzere tüm Avrupalı siyasetçiler üzerinde ciddi bir psikolojik harbi yürütmüşlerdir. Bu kapsamda yaklaşık on beş milyon adet mektup yetkililere postalanmış, parlamento üyelerinin ofisleri ve evleri telefon yağmuruna tutulmuş ve böylece gereken psikolojik hava yaratılmaya çalışılmıştır. Rusya'nın yürütmüş olduğu bu çok kapsamlı propaganda savaşı çok geçmeden neticesini verecekti. Yapılan oylamalar sonunda Avrupa savunma topluluğu reddedilmiş, Rusya savaş sonrasında ciddi bir siyaset propaganda savaşının galip tarafı olmuştur. (Labin, 1972: 56-57)

Sovyet Rusya'nın bu türden siyasi propaganda çalışmaları, Soğuk Savaş dönemi boyunca devam etmiştir. Rusya'nın genel olarak uyguladığı propaganda konularını John C. Clemus şöylece tasnif etmektedir:

1) Savaş, Rusya ve Amerika arasındadır, bu yüzden diğer bütün devletler tarafsız kalmalıdır.

2) Komünist Blok, Batı Bloğu'ndan korktuğu için silahlanmıştır. Batı Bloğu silahsızlandığı an, Komünist Blok da silahları bırakacaktır.

3) Komünist Blok, Batı Bloğu'nu anlayamadığı için korkmaktadır, onun için iyi niyet göstermek bize düşmektedir.

4) Batı Bloğu negatif bir tutumla kapılarını kapatmaktadır, onun için ilk adımı yine Batı Bloğu atmalıdır.

5) Atom enerjisi günün en büyük problemi olduğu için komünizmin ilerlemesini bir kenara bırakıp bu problemle uğraşmalıyız.

6) Doğu Bloğu'nda yaşayan milyonlarca komünisti göz önünde bulundurmazlık edemeyiz, önemsemek icap etmeyen, zaten çok ufak bir grup olan hakiki komünistlerdir.

7) Diğer politik partilerin sosyal adalete kâfi derecede önem vermedikleri ima edilerek, komünistlerin muvaffakiyetlerinin sosyal adaletsizlikler üzerine kurulduğu, Doğu Avrupa'da komünizmin ekseriyetin arzusu ile geldiği,

8) Bir de Sovyetlerin ilerlemesine mani olmak için yegâne çarenin gelişmemiş devletlere ekonomik yardım yapılması fikridir. Bu başkasına doğru bir fikir olsa da, komünizm propagandasının tarafsız memleketlerde durdurulması ile ilgisi yoktur. Bazı durumlarda, bu memleketlere verilen imkân, karşı tarafa yaramakta ve kâh radyo, kâh kitaplar veya filmler vasıtasıyla propaganda yine yürütülmektedir. (Clews, 1972: 33-34)

Amerika ise, Soğuk Savaş döneminin en sıkıntılı propaganda dönemini Vietnam Savaşı döneminde yaşamaktaydı. ABD bir yandan kendi ülke sınırları içerisinde denge ve motivasyonu diri tutmaya, yapılan savaşı haklı göstermeye çalışıyor; diğer yandan, Vietnam halkının dramı üzerinden özellikle Rusya tarafından yürütülen psikolojik savaşın dünya kamuoyunda etkinlik kazanmasının önünü almaya gayret gösteriyordu.

Bu açıdan Vietnam savaşı boyunca Amerikan yönetimini çoğu zaman propaganda açısından zor anlar yaşamaktaydı. Vietnam savaşı süresince yürütülen iktidar propagandasının temelini kara propaganda oluşturmaktaydı. Özellikle başkan Johnson'un 1964 seçimlerinden zaferle çıkmak için topluma sürekli olarak kara propaganda ürünü yalana dayalı haber yayını yapılması yönündeki telkini, bir zaman sonra diğer ABD başkanlarının da tercih ettikleri bir yöntem haline dönüşmekteydi. Örneğin "saat 5 revüleri" olarak tarihe geçen haber yayınlarında, Vietnam'da ölen Amerikan askerlerinin sayıları ile ilgili hiçbir doğru ve tatmin edici haber verilmemekte, buna karşın Vietnam'daki Amerikan birliklerinin elde etmiş oldukları başarılar sürekli anlatılır hale gelmiştir. Benzeri bir şekilde başkan Nixon'un Amerikan ordusunun

Kamboçya harekatı ile ilgili halka yapmış olduğu açıklamaların bir zaman sonra gerçeği yansıtmadığı anlaşıldığında yaşanan toplumsal güven bunalımı hali iktidar propagandasının ne denli zor ve tehlikeli olduğunun göstergesidir. (Bektaş, 2002: 180-181)

Neticede tam 20 yıl süren Vietnam savaşı ABD'nin yenilgisi ile sonuçlandı. Bu aslında Amerikan rüyasının ciddi bir bunalım dönemine girdiğinin de resmiydi. Amerikan iktidarı yenilginin faturasını savaş süresince sorumsuz ve ciddiyetsiz yayınları sebebi ile medyaya çıkaracaktı. Evet medya suçluydu; çünkü Amerika'nın Vietnam'da gerçekleştirmiş olduğu katliamları ekranlara taşıyor, My Lai ve Tet saldırılarını tüm çıplaklığıyla yayımlıyor ve yorumlarında ise ısrarla Amerika'nın Vietnam savaşını kaybettiği yönünde açıklamalarda bulunuyordu. Özellikle Vietnam halkının yaşadığı dram, çok yakından çekilen savaş sahneleri, açlık, perçinleşmiş halkın dramı iktidar aleyhinde tam bir propagandaya dönüşmekte; bu sayede Amerikan halkının Vietnam savaşına olan desteği de her geçen gün azalmaktaydı. (Valantin, 2006: 38-39)

Savaş devam ederken, John Wayne tarafından planlanıp, Amerikan yönetiminin desteğini kazanan "Yeşil Bereliler" filmi dahi, kötü giden propagandayı ABD yönetimin lehine çevirmeye yetmemiş, özellikle Tet katliamının kamuoyunda yaratmış olduğu şok dalgası içerisinde, halkın yönetim lehindeki desteğini daha çok yitirmesine sebep olmuştur.

Kaybolan halk desteğini yeniden tesis etmek amacıyla Hollywood devreye girecek ve 'Yeşil Bereliler' adıyla bir film çekilecektir. Bu bağlamda Robin Moore'un 'Yeşil Bereliler' (The Green Berets) romanını okuyan John Wayne, etkilenip 1965'de Başkan Lyndon Johnson'a bir mektup yazarak Amerikan toplumuna Amerika'nın Vietnam'daki varlığının sebeplerini iyi anlatmanın ne kadar önemli olduğunu belirtir. Yazdığı mektupta ona özetle şu tavsiyelerde bulunur: 'Savaşçılarımızın tarihini akılla, heyecanla, güçlü kişilikler ve olaylarla anlatmalıyız. Biz bunu Amerikalılara vatansever davranışlar ilham eder bir şekilde, bu ülkede kriz ve tansiyonun yüksek olduğu durumlarda her zaman canlandırdığımız heyecanla yapmak istiyoruz.' Başkan Johnson da bu talebe karşılık Pentagon'u bu film için helikopter ve danışman vermeye teşvik eder ve filmin çekimi için milyonlarca dolar finansman sağlar. Aynı adlı romandan uyarlanan 'Yeşil Bereliler', John Wayne tarafından 1968 yılında çekilmiştir. Film, Amerikan ordusunun Vietnam'da komünizme karşı yürüttüğü savaşa övgüler düzen

parlak bir militarizm yapımıdır. Yönetimin tek yanlı tavırlarını yansıtan bu salt ve sıkı propaganda filmi, 1968 yılının Ocak ayında Tet şehrine yapılan saldırıdan hemen sonra ekranlarda gösterilmeye başlanmıştır. (Valantin, 2006: 38-39) ABD'deki küçük bir grubun savaş karşıtı eylemlerinin doruğa çıktığı ve kalan büyük kitlenin tedirginliğinin gittikçe arttığı 1968 yılında gösterime giren film başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Soğuk savaş dönemi boyunca ABD, sinemanın görsel gücünden faydalanma yoluna sıkça başvurmuştur.

1950 senesinden itibaren çekimine özellikle ağırlık verilen askeri savaş filmleri, konu itibari ile II. Dünya Savaşı'nın ne denli haklı bir savaş olduğunu, Amerika'nın bu savaşta nasıl kurtarıcı bir misyonu yerine getirdiğine yönelik propaganda amaçları ön planda tutulmaktaydı. Bunun yanı sıra hâlâ tetikte beklediği yönünde telkini yapılan Pasifik cephesi, Japonya üzerinde; ve Avrupa'dan destansı bir kahramanlık ile sökülüp atılan Alman- Nazi tehdidi sürekli olarak filmlerde işlenir olmuştur.

1960 senesinden sonra ise pentagon ile Hollywood nerdeyse birlikte çalışır bir pozisyona gelmiştir. Öncelikle Vietnam savaşı neticesinde kaybolmaya başlayan Amerikan ordusunun saygınlığı ve gücüne dair, bu süreci tersine çevirecek bir film yapımına girişilmesi bunun çok somut bir göstergesiydi.

Bu kapsamda 1962 senesinde çekilen "En Uzun Gün" adlı film ile Amerikan Hava ve Kara Kuvvetleri'nin üstün başarıları hakkında adeta bir kahramanlık destanı temsil etmekteydi. 1961-1970 yılları arasında çekilen diğer filmler; "Arden Savaşı", "Kartallar Saldırınca", General Patten ve Pearl Harbor'u konu alan "Tara, Tara, Tara" gibi yapımlar , hep bu amaca hizmet eden bir konumda olmuştur. (Valantin, 2006: 29-30)

Benzeri bir amaçla çekilen "Rambo" adlı film, hem dünya kamuoyunda ciddi bir yankı uyandırmış, hem de Amerika içerisinde halkın esaslı bir beğenisine mazhar olmuştur. Bu yoğun ilgi sonrası daha sonrasında yeni bölümler çekildiği için ilk filme "Rambo I" dersek, bu ilk çalışmada, Vietnam savaşının özellikle Amerikan toplumunda bırakmış olduğu derin olumsuz izleri silmeye dönük bir propaganda söylemi kullanılmıştır. Amaç oldukça basittir: "Vietnam Sendromu" olarak literatürde yer bulan süreci kırmak, değiştirmek ve halk üzerindeki olumsuz izlerini silmek.

1982 yılında Ted Kotcheff tarafından beyaz perdeye uyarlanan filmin konusu şöyle özetlenebilir.

Bir Vietnam gazisi olan Rambo (Sylvaster Stallone) beraber Vietnam'da çarpıştığı bir asker arkadaşının vefat haberini alır ve yaşadığı kasabaya doğru yola koyulur. Kasabaya vardığında, lokantada çıkan ufak bir anlaşmazlık sebebi ile polis tarafından gözaltına alınan Rambo, emniyet güçlerinin elinden kaçıp kurtulur ve yakındaki ormanlık arazi içine saklanır. Bundan sonra ufacık kasaba tam bir savaş meydanına dönüşecektir. Polis güçleri ve hükümet görevlileri Rambo'yu yakalamak için geniş çaplı bir harekata girişirler. Tabii ki bu çarpışmalar sırasında Rambo, Vietnam'da edinmiş olduğu güçlü askeri becerisini göstererek polisleri alt edecek ve böylece Vietnam'da çarpışan askerlerin ne denli yetenekli ve de kaliteli birer asker olduklarını psikolojik anlatım yoluyla izaha gidecektir. İşin içerisinden çıkamayacaklarını anlayan güvenlik güçleri Vietnam'daki Rambo'nun eğitmeni olan ve manevi babası olarak sevdiği albayını devreye koyarak netice almaya çalışırlar. Nitekim albayın konuşması sonunda silahını bırakıp teslim olan Rambo'nun teslim olması anında ağzından dökülen cümleler filmin ne denli güçlü bir propaganda senaryosuna sahip olduğunu da ispatlar cinstendir. Rambo, halkı ve vatanı uğruna Vietnam'da savaştığı lakin halkının ise ona ve diğer Vietnam gazilerine "bebek katili" gözüyle baktıklarını , Rambo'nun şahsında bütün askerlerin ve genel anlamda ordunun dışlanarak toplum içerisinde aşağılandığını söyleyerek filmin asıl maksadını izah etmiş olacaktır. Rambo serisinin bu ilk filmi Vietnam savaşı sonrasında Amerikan toplumunda oluşan savaş yandaşları-karşıtları ikiliğini bitirmeye yönelik ciddi bir adım atmıştır. Aynı şekilde, toplumun askere ve orduya bakışı da adeta tamir edilmiş, olumsuz bakışların yerini kıyasıya bir güven ve minnet duygusunun alması sağlanmıştır.

Filmin ikinci versiyonu ise, sağlanan toplumsal başarı dikkate alınarak çekilmiştir. Bu sefer kahramanımız, bir yandan onarılmaya çalışılan "Vietnam Şoku"nu tamire memur şekilde görevini icra ederken, diğer taraftan ise gözünü "özgür dünya"ya dikmiş olan Sovyet Rusya'ya da haddini bildirmekteydi.

1985 yılında çekilen Rambo II'de bu sefer kahramanımıza daha ulvi bir görev teklif edilmektedir. Tutuklu olduğu hapisten salıverilmesi karşılığında, Vietnam'a gitmesi ve orada halen tutsak bulunan Amerikalı askerlerin bulunup bulunmadığını kontrol etmesi teklif edilecektir. Rambo vakit kaybetmeden yola koyulacaktır. Lakin CIA'nın ihanetine uğrayarak Vietnamlıların eline düşecek ve tek başına hem Rusya hem de Vietnam askerleri ile çarpışmak zorunda kalacaktır. Bu süre zarfında Rusya'nın Güneydoğu Asya'da ve Vietnam'da kontrolü tam olarak ele geçirmek maksadıyla bir

özel birlik kurmaya çalıştığını fark eden Rambo, tek başına Vietnam'da destan yazarcasına bir savaşa girişecektir. Daha sonraları tek kişilik bir ordu olarak tanımlanacak olan Rambo, havada, denizde ve karada düşman askerlerinin korkulu rüyası haline gelir. Sonuçta hem Sovyet kamplarını yerle bir edecek hem de Vietnamlılara geç kalmış bir adalet dersi verecektir.

Soğuk Savaş boyunca özellikle yeni bir tarih yazımı yöntemi olarak kullanılacak olan Hollywood film sanayii, Rambo serisi ile aslında yaşananların farklı olduğunu resmetmekte ve adeta unutkan kitlelerin zihinlerine yeni bir tarih bilinci yerleştirecek bir yöntemi hayata geçirmektedir. (Valantin, 2006: 47)

Filmin üçüncü bölümü ise, tamamen Sovyet Rusya'ya ayrılmış ve film baştan sona Afgan-Rus Savaşı'na Afgan safları açısından açık destek veren Amerikan yönetiminin, kahraman eri Rambo'yu savaş meydanında Rusya'ya karşı çarpışmakla görevlendirmesini konu alacaktır.

Rambo II'de işlenen Rus yenilgisi, tekraren bu defa Afgan Savaşı sırasında gündeme getirilecektir. Afgan mücahitlerin yardımı ile Ruslara karşı gizli bir operasyona girişen Rambo'nun manevi babası albay, operasyonun başarısızlığı neticesinde Rusların eline düşecektir. Ruslara ait bir kalede esir tutulan albayını kurtarmak için kolları sıvayan Rambo, mücahitlerin de desteğiyle kaleye sinsice sızacak ve albayını kurtaracaktır. Bu çarpışmalar sırasında ise genç bir Afgan mücahidini de kurtaran Rambo, daha sonra bu Afgan askere; "bu savaşın kendilerinin savaşı olmadığını" söyleyecek ve oradan ayrılacaktır. İşin ilginç yanı ise Rus-Afgan Savaşı'nın sonlarına doğru Afganlara olan desteğini çeken ABD hükümeti de Afgan cephesine aynı sözleri tekrarlayarak bölgeden ayrılacaktı. (Valantin, 2006: 55-56)

Nitekim Amerikan yönetimi, tüm dünya halkları üzerinde bu derece etkin bir pozisyonu hâsıl eden sinemayı ve onun sanatsal dilini, Soğuk Savaş'ın tamamlanması ve ABD'nin kırk beş yıllık mücadeleden zaferle çıkması sürecinde bile etkin bir şekilde kullanmayı ihmal etmemiştir.

Nitekim Soğuk Savaş dönemi, ABD'nin zaferi ile sonuçlanmakta idi. Şimdi ise Amerikan iktidarı için asıl halledilmesi gereken mesele kırk beş yıl boyunca sürekli olarak beslenen Komünizm ve Rusya karşıtlığının/düşmanlığının yerini, Rusya ile bir anlaşma ve konsensüs zeminine bırakması halini önce kendi halkına daha sonra ise dünya kamuoyuna nasıl lanse edeceği meselesiydi. Bu konuda da Amerikan iktidarı Hollywood'un büyülü ikna yönteminden faydalanma yoluna gidecekti. 1990 yılında

Alec Baldwin ve Sean Connery gibi ünlü film yıldızlarının oynadığı "Kızıl Ekim" filmi bu psikolojik hali yaratmada öncelikli bir görev ifa edecektir.

Film, Rusya'nın en donanımlı, en değerli ve en gizli makinesini, silah gücünü bünyesinde barındıran bir denizaltının Amerikan hükümetine sığınma talep etmesini konu alacaktır. Bir tatbikat için komutanlarından emir alan Rus denizaltısı Kızıl Ekim'in kaptanı, denizaltındaki Rus hükümet komiserini öldürecek ve denizaltının yönünü Amerika'ya doğru çevirecektir. Amerikan hükümeti tarafından ciddi bir tehdit olarak algılanan süreçte film Rus-Amerikan denizaltılarının birbirlerini kovalamalarına sahne olacaktır. Sonraları ise denizaltının kaptanı tarafından ABD hükümetine yapılan sığınma talebi, meselenin anlaşılmasını sağlayacak ve böylece Rusya'nın en önemli askeri gücü kendi isteğiyle Amerika'ya teslim olacaktır. Bu son derece şaşırtıcı durum; denizaltının Amerikan deniz sahasına girdiğinde yapılan karşılamada bulunan Amerikan subayının denizaltının kaptanına söylemiş olduğu şu söyle nihayete ermekteydi: 'Özgürlükler ülkesine hoş geldiniz komutanım'.

Neticede Rusya'nın Soğuk Savaş neticesinde teslim oluşunu temsil eden film, ciddi bir propaganda söylemini kullanması yönünden başarıya ulaşmıştır. (Valantin, 2006: 68-69)

4.10. I. Körfez Savaşı'nda Propaganda

Berlin Duvarı'nın yıkılışı ile dünya; 45 yıl süren Soğuk Savaş döneminin sonuna gelirken; ABD, savaşın galibi olarak yeni dönemin ilk köşe taşlarını yerleştirme görevini çoktan üstlenmişti. Yedi yıl boyunca süren İran-Irak Savaşı'nda, her türlü askeri ve lojistik desteği arkasından eksik etmediği Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin; yeni döneme girerken bir kez daha ABD'nin imdadına yetişecekti. Nitekim Kuveyt'e saldırması ve Kuveyt üzerindeki haklarını geri alması konusunda cesaretlendirilen Irak yönetimi; Kuveyt'i işgal etmiş ve bu olay bir anda bir dünya meselesi haline dönüştürülerek; ABD ile Irak arasında cereyan edecek olan I. Körfez Savaşı'nın meşru gerekçesi haline getirilmişti. İşte yakın dönemde yaşanan bu savaşta özellikle ABD tarafından tüm dünya kamuoyuna uygulanan propaganda faaliyetleri tam da bu noktada başlamaktaydı. Irak henüz Kuveyt'e savaş ilan etmeden önce, özellikle Amerikan medyası eliyle, savaşın hangi istikamette ve ne şekilde gerçekleşmesinin daha iyi olacağı yönünde bir propagandayı içerisinde barındıran taktikleri uygular olmuştu.

Bu propaganda ile Körfez Savaşı'nda Irak'ın, Kuveyt'i denizden işgal etmesi halinde başarıya ulaşabileceği yönünde yürütülen ikna faaliyeti başarı sağlamıştır. Iraklı komutanlar bu sebeple 125 bin askeri denize bağladılar. Bu psikolojik savaş zaferi büyük oranda CNN haberleri ile sağlanacaktı. DBS yayın uydusu ile bu propaganda bütün dünya kamuoyuna yoğun bir şekilde lanse edilecekti. (Tarhan, 2006: 25)

Savaşın başlaması ile birlikte ise ABD hükümeti, Kuveyt'in yanında savaşa girmek yönünde almış olduğu kararının tüm dünyanın barış ve selameti adına üstlendiğini dünya kamuoyuna bildiriyordu. Elbette Amerikan kamuoyunun, Vietnam gibi acı bir tecrübenin tekrar yaşanmaması yönündeki teyakkuz hali, ABD yönetiminin işini zorlaştırıyordu. Bu sebepten Amerikan hükümeti, savaşın mecburi olduğunu kanıtlamak adına sıkı bir propaganda faaliyetini planlayıp uygulamaya koymuştur. Bush hükümetinin savaşa girilmesi hususunda kendi kamuoyunu ikna çabaları ilk örneğini savaş tarihine "kuvöz propagandası" olarak geçen skandal haber oluşturmaktadır. Skandal 5 Eylül'de Daily Telegraph gazetesinde çıkan bir haberle patlak vermiştir.

Gazetenin haberi, okuyanların zihninde derhal I. Dünya Savaşı sonrasında Alman askerleri tarafından Belçikalı bebeklere reva görülen cinsten bir muamelenin tekrarlanıyor olmasını çağrıştırıyordu. Daha sonraları tamamen birer uydurma olduğu anlaşılan I. Dünya Savaşı'ndaki haberlerde, Alman askerleri Belçikalı bebekleri önce havaya atıyorlar daha sonra ise süngüleri ile yakalamaya çalışıyorlardı. Bu seferki haber ise en az daha önceki haber kadar korkunçtu. İddiaya göre, Iraklı askerler Kuveyt'e girdiklerinde hastanelerdeki yeni doğan ünitelerindeki kuvözler içerisinde bulunan bebekleri kuvözlerden çıkarıp, öylece kaderlerine terk etmekte; boşalan kuvözleri de Iraklı bebeklerin kullanımı için Irak hastanelerine götürmekteydiler. Bu haber dünya kamuoyuna bomba gibi düşmüştü. Haberi doğrulayan ne bir şahit ne de bir görüntü olmamasına rağmen, Amerikan hükümeti bu iddianın üzerine gitmiş ve senaryonun herkesçe kabul edilmesi için bir propaganda faaliyetine girişmiştir. Bunun için bu olayın takip edilmesi sürecini sosyal manada üstlenen "Özgür Kuveyt Vatandaşları" derneği konuyu derhal profesyonel bir Amerikan Halkla İlişkiler Şirketi olan Hill Knowlton'a 10 milyon dolar karşılığında ihale eder. Şirket, Ekim ayında düzenlenecek olan ABD Kongresi İnsan Hakları Komisyonu'nda gözyaşları içerisinde bir vahşet ve acımasızlık hikayesini anlatacak olan küçük bir Kuveytli kız çocuğu ile gösterimi tamamlar ve bu "tiyatro oyunu" tüm televizyon kanallarında Amerikan halkına sunulur. İlerleyen günlerde başkan Bush, konuşmalarında sürekli olarak yaşanan bu sözde vahşet

hikayesine atıfta bulunacak ve Amerikan kamuoyunu savaş yönünde ikna edebilmenin yollarını arayacaktır. Hadisenin aslı ise tam iki yıl sonra yani ABD'nin Irak işgalini büyük oranda tamamlayıp, bölgeye askeri anlamda yerleştikten sonraki bir dönemde gün yüzüne çıkacaktır. Tüm dünya kamuoyunu gözyaşları içerisinde yaşanan vahşete ikna etmeye çalışan kız çocuğunun (Neyire) meğerse Kuveyt'in ABD büyükelçisinin kızı olduğunun anlaşılması hikayenin son noktasını koymaktaydı. Bu süreç yaşanırken anlatılanların tamamen bir kara propaganda ürünü olduğuna dikkat çekmeye çalışan Amerikalı televizyoncu ve gazetecilerin (örneğin Alexander Cockburn ve John Martin bu isimlerin başında gelmekteydiler) söyledikleri ise iktidar propagandasının azametli gücünün gölgesinde kalmaktan kurtulamamıştı. Neticede ne ölen bebekler vardı ne de kaçırılan kuvözler; lakin yaşananlar tam bir iktidar propagandası olarak tarihe geçecekti. (Karaşahan, 2003: 126-127; Mutlu, 2003: 362)

Körfez Savaşı'nın başlangıcından tamamlanmasına kadar geçen süre boyunca Amerikan medyası savaşa tam bir destek vermişti. Amerikan hükümeti Vietnam'dan iyi ders almışçasına, özellikle maddi imkanları kullanmak suretiyle medyayı büyük oranda susturmayı başarmıştı. Medya tam bir savaş çığırtkanlığına soyunmuş; buna karşın savaşın kamuoyu tarafından sorgulanacak olan yönlerine ise (savaşın gerekliliği, maddi yönü vs.) asla değinmemiştir. Savaş, tüm dünyaya adeta bir video oyunu havasında sunulmuştur. Özellikle CNN kanalının yapmış olduğu yayınlarda; kandan ve ölümlerden eser yoktu. Gösterilen görüntülerle yıkılan binalar, köprüler, vurulan hava alanları ve askeri araçlar gösterilirken; ölen ya da yaralanan insanlardan eser yoktu. Bu da zihinlerde, I. Körfez Savaşı'nın kansız ve ölümsüz bir savaş olduğu yönünde bir imajın yerleşmesi, yürütülen savaşın aslında füzeler arasında sürüp giden bir teknoloji savaşı olduğu havası yaratılmasını sağlamıştı. (Mutlu, 2003: 194)

Öyle ki; I. Körfez Savaşı, tam bir enformasyon savaşı olarak cereyan ediyor ve neyin doğru neyin, yanlış olduğunu öğrenmenin tek yolu da ABD medyası ve sundukları haberler oluyordu.

Körfez Savaşı'nda karşılıklı ateş 16 Ocak 1991 günü aniden başladığında başkan George Bush savaşı 160 milyon Amerikalı ile birlikte televizyonda canlı izlemiştir. Bu görüntülerin Amerikan televizyon tarihindeki en yüksek izlenme oranına sahip olduğu söylenmektedir. Daha sonraki haftalarda televizyon ekranlarından günün yirmi dört saati çok sayıda görüntü, uydu yoluyla ulaştırılan canlı raporlar ve uzmanlar ordusunun 'analizleri' arka arkaya aktarılmıştır. Televizyonda bu konuya ayrılan yer ve zaman

Washington ve diğer koalisyon ülkelerinin hükümet liderleri tarafından planlanmış bir 'haber politikası' işbirliğiyle yönetilmiştir. Televizyon muhabirleri kesin kurallar altında çalışmışlardır. Askerlerle ani görüşmeler yapmak; 'şiddetli acı veya ciddi şok' yaşayan askerlerin fotoğraflarını ve 'kötü görünen, ciddi yaralar yüzünden acı çeken hastaların görüntülerini' yayınlamak yasaklanmıştır. Yaralı veya öldürülmüş Irak askeri ve sivillerini gösteren çok az fotoğraf yayınlamıştır. Bu durumun yer aldığı her örnek 'ölü sivillerin' sadece 'akıllı bombaların' oluşturduğu yan hasarlar olduğu şeklindeki yeni bir terminolojiyle büyük oranda etkisiz hale getirilmiştir. Son model ateşli silahların 'zeki' teknolojilerinin hassaslık dereceleri, havadan çekilen fotoğraflar ve pilot kabini kameralarının video görüntüleri doğrultusunda nadiren sorgulanmıştır. Haftalar boyunca gece gündüz süren bombalamalarda atılan patlayıcıların esas miktarı ile hedefler üzerindeki etkileri açıklanmaz ve tasavvur edilemezken, dikkatle seçilerek kurgulanmış kan içermeyen görüntüler televizyon izleyicilerinin (ve bilgisayar oyun tasarımcılarının) hayal gücünü hızla ele geçirmiştir. (Clark, 2004: 158)

Böylesine bir "görüntü propagandası"nın sağlıklı olarak gerçekleştirilebilmesi için; Körfez bölgesinde yaşana savaşa gönderilen gazetecilerin büyük çoğunluğu Bush yönetimine yakın isimlerden seçilmekteydi. Ayrıca; Amerikan Savunma Bakanlığı (Pentagon) gazetecileri, örnekleme sistemiyle seçmişti. Bunun için gazetecilere bir dizi sorular sorulmuş, verilen cevaplar değerlendirilmişti. Böylece, savaşın herhangi bir cephesinden Amerikan hükümetinin onaylamadığı hiçbir haber verilemeyecekti.

Körfez Savaşı'nı izlemek isteyen gazeteciler için diğer bir zor aşama da vize alma sürecinde yaşanmaktaydı. Kuveyt'in işgalinden sonra Amerika'nın ABC, CBS, NBC ve CNN televizyonlarında çalışan Washington büro şefleri ABD Suudi Arabistan Büyükelçisi Prens Bandar'ı ziyaret ederek gazetecileri için vize alma yarışına girişmişlerdi. Bu süreçte; başvuruda bulunan gazetecilere çok zor vize verilmiş, Pentagon ile Suudi Arabistan yetkilileri de bunun sebebini açıklamak yerine, topu birbirlerine atmakta çözümü bulmuşlardı. Ayrıca Körfez Savaşı'nı izleyecek gazetecilere Pentagon tarafından iki sayfalık bir yasaklar listesi verilerek bu listedeki yasaklara kesinlikle uymaları talep edilecekti. (Mutlu, 2003: 329)

Böylesine bir haber ambargosunun sebebi elbette Amerika'nın özellikle Vietnam Savaşı'nda yaşamış olduğu medya ve haber krizidir. Vietnam Savaşı Amerikan tarihine, medyanın Vietnam taraflısı haberler yapması neticesinde kaybedilen savaş olarak geçmiştir. Bu imajı düzeltmek için de özellikle Amerikan medyası, hükümet yanlısı bir

politika izleyerek savaşın bizzat taraflarından biri haline gelmiştir. Bu tür bir haberciliğin en güzel örneklerden birisi, I. Körfez Savaşı'ndan sonra akıllarda kalan en önemli görüntülerden birisi olan petrole bulanmış karabatak kuşunun ekranlara yansıyan görüntüsü geliyordu. Daha sonra bu görüntünün Fransa kıyılarında karaya oturan petrol tankerinin çevre felaketinden dolayı ortaya çıktığı anlaşılmıştı. (Can, 2005: 127)

Yine savaşın ilk haftalarında meydana gelen "mama fabrikası" skandalı da propaganda marifetiyle kamuoyunun nasıl manipüle edilebileceğinin bir örneğini teşkil ediyordu.

Körfez Savaşı'nın hemen başlarında, Amerikan hükümetinin biyolojik silah üretim ve geliştirme merkezinin olduğunu iddia ettiği Irak'ın tek bebek maması fabrikası, yürütülen askeri propagandanın kurbanı olmuştu.

I. Körfez Savaşı'nın yedinci gününde bombalanan fabrikayla ilgili olarak Fransızlar'ın günlük gazetesi Liberation, fabrikayı kuran şirket Pierre Guerin'in yöneticisi Michael Wery ile röportaj yaptı. Wery fabrikanın bombalanana dek bebek maması ve bebek yiyeceklerini ürettiğini söyledi ve ekledi: "Böyle bir fabrikayı kimyasal silah üreten bir birime dönüştürmek imkânsız." Fransız şirket, fabrikayı 1977'de kurmaya başlamıştı. İran-Irak Savaşı sırasında Fransız teknisyenler Irak'ı terk edince de fabrika kapanmıştı. (Liberation, 02-02-1991) Ta ki İran-Irak Savaşı'nın bitiminin ardından Yeni Zelandalı teknisyenler Irak'a gelip 1990 yılının ilkbahar aylarında peynir yapımı için gerekli ekipmanları ve yeni süt üretim hattını kurana kadar. (Washington Post, 08–02–1991) Bombardımanın ardından Nestle'nin bir yetkilisi de açıklama yapmış: "Bombalanan yerin, devlet tarafından inşa edilmiş bir mama fabrikası olduğunu biliyoruz. Birkaç yıldır fabrikayı gözlüyoruz. Çünkü rekabetten haberdar olmak istiyoruz" demişti. (The Village Voice, 05–01–1991)

Medya hikâyenin Beyaz Saray versiyonunun doğruluğu üzerinde dururken CNN muhabiri Peter Arnett, fabrikada kimyasal silah üretildiğine dair hiçbir ipucunun bulunmadığını yerinde inceleyip olayın tamamen bir düzmece haber olduğunu açıkladı. Bunun üzerine Birleşmiş Milletler müfettişleri ve ABD istihbarat birimlerinin yaptığı araştırmalar bölgede gerçekten de mama fabrikası bulunduğunu ve bu birimin aynı zamanda ülkedeki bebeklerin mama ihtiyaçlarını karşılayan tek fabrika olduğunu gösterdi. (Washington Post, 1998) Sonuçta ne mi oldu? Mama fabrikasının tahrif edilmesi ile birlikte Irak'ta bebek maması kıtlığı oluştu ve bir kutu bebek mamasının fiyatı 80 dolara çıktı. (Can, 2005: 122-123)

4.11. II. Körfez Savaşı'nda Propaganda

II. Körfez Savaşı, birincisine oranla çok daha sofistike yöntemlerin kullanıldığı bir propaganda savaşı olarak cereyan etmiştir. Geçmişe nazaran her iki taraf da, hem Amerika hem de Irak, oldukça dikkatli davranmaktaydı. Öyle ki; I. Körfez Savaşı'nda ABD'nin füzelerden önce CNN'i gönderdiğini fark eden Irak, bu kez hazırlıklı bir şekilde çıkmaktaydı savaş izleyicisinin karşısına. CNN'in karşısında El Cezire, Fox TV'nin karşısında Abu Dabi TV, Beyaz Saray sözcüsünün karşısında ise Muhammed El-Sahaf vardı. (Can, 2005: 81)

Amerika, Irak'a savaş ilan etmeden önce kendi kamuoyunu ve dünya halklarını ikna etme adına öncelikle "nükleer savaş tehdidi"nin varlığından ve bunun Irak ve Saddam eliyle tüm dünyayı bir bilinmeze sürükleyeceğinden hareketle propagandasına başlayacaktı.

II. Körfez Savaşı'na başlamadan daha birkaç ay öncesinde ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell tüm dünyaya uzun uzadıya Irak'ın nasıl bir kimyasal silah deposuna dönüştüğünü anlatacaktı. Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde yapmış olduğu konuşmasında Powell, Irak hükümetinin ne denli korkunç bir silah üretim merkezine dönüştüğünü, sürecin böylece devam etmesi halinde dünya barışının ciddi bir tehlikeye doğru sürüklendiği yönünde uyarılarda bulunmuş ve bunu, fotoğraflarla da desteklemeyi ihmal etmemişti. Evet görüntülerde çok açık bir şekilde kimyasal silah tehdidi gözükmekteydi, lakin zaten Amerikan Dışişleri'nin kanaati de bu silahların ustaca bir yöntemle tren vagonlarında ve kamyonlarda gizlendiği yönündeydi.

Savaş sona erdiğinde ise bu en güçlü ve neredeyse yegâne iddianın neticesini yine Powell'ın konuşmasından öğreniyoruz:

'Irak'ın kitle imha silahları raporunu BM'ye sunduğumda, istihbarat kaynaklarının ortak yargısını içeriyordu. Bu istihbarat kaynağı hatalıydı. Yanlış yönlendirici bilgi tasarlanarak aktarılmıştı. (Can, 2005: 127)

Yine savaştan iki yıl önce, 11 Eylül hadiselerinin hemen sonrasında gerçekleşen "Şarbon terörü" vakası da, bir ucundan Irak'la ve Saddam'la ilişkilendirilecek ve böylece bir taşla iki kuş vurulmuş olacaktı.

Bu konuyla alakalı olarak Faruk Can'ın kaleme aldıklarını tekrarlamamız kafi sayılacaktır:

> Kişi ya da kişilerin 11 Eylül saldırılarının hemen ardından Trenton, New Jersey'den postaladığı benzeri mesajlar ve toz halde şarbon içeren mektuplar tüm dünyada panik etkisi yarattı. Posta idarelerini harekete geçiren bu yedi mektuptan beş tanesi 18 Eylül 2001'de, yani 11 Eylül'den bir hafta sonra postalandı. İlki Boca Raton, Florida'daki American Media'ya, ikincisi New York Post'a, üçüncüsü NBC News'te çalışan Tom Brokow'a, dördüncüsü ABC News'e, beşincisi ise CBS'nin ünlü haber spikeri Don Rather'e gönderildi. Mektupların diğer ikisi ise 9 Ekim'de Tom Daschle ve Patrick Leahy isimli senatörlere postalandı. Olayların hemen ardından Washington Post, şarbon araştırmaları hakkında bilgi sahibi bir hükümet görevlisiyle röportaj yaptı. Bu röportaja göre, ipuçları şarbon sporlarının eski Sovyetler Birliği ya da Irak'ta üretildiğini gösteriyordu. (Washington Post, 26–10–2001)
>
> Bush yönetimi tarafından 1991 yılından bu yana Irak'ta bulunduğu iddia edilen şarbon, 11 Eylül saldırılarının ardından sadece ABD halkının değil tüm dünyanın korkulu rüyası olmuştu. Oysa araştırmalar gösteriyor ki, şarbonun vücutta enfeksiyon başlatabilmesi için en az 10.000 şarbon sporunun koklanarak ciğere çekilmesi gerekiyor. Şarbonun yol açtığı hastalıklar ancak Üçüncü Dünya ülkelerinin koşullarında, otlayan hayvanlarda görülebiliyor. Yüzleri sürekli toprağın üzerinde olduğundan 10.000'in üzerinde şarbonu ciğerlerine çekebiliyorlar. Ama bir insan için bu mümkün değil.
>
> İkinci bir önemli nokta da şarbon, gaz gibi havaya kolayca nüfus etmiyor. Havada tutunamıyor. Bu nedenle medyanın, teröristlerin bir gün ansızın şehirlere şarbon saldırısı yapabileceği şeklindeki iddiası da çürümüş oluyor. Üstelik tonlarca şarbon havadan bırakılsa bile bu, en fazla bir düzine insanın hayatına mal olabilir. Bu nedenle şarbon, teröristler tarafından silah haline getirilemez ve başarılı bir şekilde de askeri silah olarak kullanılamaz. Toz halindeki şarbon ise sadece ABD ve Rusya tarafından üretiliyor. (Novak 2002) (Can, 2005: 125-126)

Nitekim, II. Körfez Savaşı'ndan tam iki yıl öncesinden başlayarak, dünya kamuoyu işgale hazırlanmaya çalışılmış, Irak diktatörü Saddam Hüseyin'in hâlâ dünya barışı için ciddi bir tehdit oluşturduğu imajı tazelenmiş olmaktaydı.

Yine savaşın başlamasından önce, I. Körfez Savaşı'nı mumla aratacak düzeylerde, savaş sırasında bölgede görev alacak muhabirler ile ilgili olarak yoğun denetim şartları getirilmiştir. Bu yolla; Amerikan ordusunun onayını almamış olan hiçbir gazeteci bölgeye giremeyecek, dahası, tüm haberler Amerikalı askeri yetkililerin olurunu almadan yayınlanma imkânına sahip olamayacaktı. Bu süreç ise yeni bir medya dönemini ve gazetecilik görevini tanımlıyordu.

Irak savaşı boyunca, Amerikan ordusunun izni dahilinde ve emirleri doğrultusunda çalışmayı kabul eden bir muhabir sınıfı doğmaktaydı: "Embedded"; yani

iliştirilmiş gazetecilik. ABD savaşın başlamasının ardından Irak'ta görev yapmak isteyen iliştirilmiş gazeteci adaylarını iki ay ile üç ay arasında değişen sürelerde tam bir askeri eğitime almıştır. Aslında bu süre zarfında tam bir psikolojik harp yürütülmüş ve gazetecilerin iktidarın istediğinin dışında herhangi bir haber yayınını bırakın yapmayı aklından dahi geçirmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır. Bu kamplar sonunda siyasi ve ideolojik olarak hazırlanan gazeteciler, tam 903 kişi, daha ziyade koalisyon güçlerinin başarılarını, elde ettikleri zaferleri ve Irak askerlerinin düşmüş oldukları hazin sonuçları dünya kamuoyuna duyurmakla görevli bir şekilde cepheye göndermeye başlanmıştır. Bu gazetecilik faaliyetinin dışında kalan gerek Arap basını gerekse Iraklı muhabirler, Amerika karşısında yaptıkları her türlü haber ve yorumla ilgili olarak da sürekli bir tehdit altında kalmaktan yakalarını kurtaramamışlardır. (Yılmaz, 2004: 112)

Bu yoğun baskı ortamı neticesinde, savaş süresince dünya kamuoyuna duyurulan pek çok haber dezenformasyona uğramış ve alabildiğine yalana dayalı bir propaganda usulüyle yayınlanmıştır.

Neredeyse her askeri birliğe bir gazetecinin ilişmesi kaçınılmaz olarak dezenformasyona neden oluyor. Bu dezenformasyon bazen bilinçli, bazen de şartlardan kaynaklanan nedenlerden dolayı gerçekleşiyor. Birliklerde erleri bile haber kaynağı olarak kullanan gazeteciler, aldıkları bilgileri sıcağı sıcağına bildirme telaşıyla kamuoyunun yanlış bilgilenmesine neden oluyor. Bilinçli dezenformasyonda ise yalanlar iyice hesaplanarak söyleniyor. İşte bu şekilde II. Körfez Savaşı'nın ilk günlerinde sık sık karşımıza çıkan yalan haberlerden bazılarını şöylece sıralayabiliriz:

— **Basra Ayaklanması:** Basra'daki Şiilerin Saddam'a karşı ayaklanması bekleniyordu. Bu ayaklanma beklentisi, GMTV muhabirinin 'Basra'da halk ayaklanması çıktı' haberiyle medyaya yansıdı. Ama ortada böyle bir şey yoktu.

— **UMM Kasrı Alındı:** Savaşın başında UMM Kasrı'nın alındığını ilan eden muhabirler, bu haberi ilerleyen günlerde birkaç kez daha geçmek zorunda kalacaktı. Çünkü kentte kontrol bu haberlerden çok sonra sağlanabildi.

— **Kimyasal Silah Tesisi Bulundu:** Politikacıların ve medyanın merakla beklediği 'Kimyasal silah tesisi bulundu' haberini 3. Piyade tümeniyle hareket eden İsrail gazetesi Jerusalem Post muhabiri Necef'ten bildirdi. Ancak askeri yetkililer ertesi gün bu haberi yalanladı.

— **İdamlar:** El Cezire'nin yayınladığı ölü iki İngiliz askerinin görüntülerinden yola çıkan İngiliz gazetelerinin çoğu, askerlerin vurularak idam edildiğini yazdı.

Başbakan Blair de aynı açıklamayı yaptıktan bir gün sonra öldürülen Luke Allsopp'un ailesi, yetkililerin oğullarının çatışmada öldüğünü söylediğini belirtti.

— Tarık Aziz Kaçtı: İngiliz basını 'Tarık aziz kaçtı' diye haber yaptı. Ancak aynı gün Tarık Aziz Irak televizyonuna çıktı.

— 51. Tümen Teslim Oldu: Savaşın başlamasından üç gün sonra İngiltere Genelkurmay Başkanı, Basra'yı savunan 51. Tümen'in teslim olduğunu açıkladı. Ardından İngiltere Savunma Bakanı, 51. Tümen'den 8 bin askerin ya teslim olduğunu ya da kaçtığını söyledi. Ancak bu açıklamalar yapılırken 51. Tümen hala Basra'daydı. (Can, 2005: 128-129)

II. Körfez Savaşı son bulana kadar ABD'li yetkililer tam bir ağız birliği içerisinde gayet basit bir propaganda söylemini tüm dünyaya defaatle tekrarlamışlardır.

Amerikan hükümetinin bu savaşta önceledi̇ği savaş söylemi, "Saddam"ın zulmü altında inim inim inleyen Irak halkına özgürlüğü getirmek. Nitekim II. Körfez Savaşı'nın başladığı ikinci günden itibaren hem Amerikan kamuoyunda hem de dünya kamuoyunda Amerikan hükümetinin işgal operasyonu çok büyük bir tepkiyle karşılanmış, bu durum Amerika'nın savaşta yöneteceği propaganda çalışmalarında epeyce zor anlar yaşamasına yol açmıştır. Tüm dünya halklarından savaşa karşı yükselen itiraz seslerine rağmen, Irak'ın ve halkının özgürleştirilmesi adına devam ettirildiği söylenen bu savaş söylemi, üzerine basa basa tekrar edilmeye çalışılmıştır. (Yılmaz, 2004: 94-95)

Israrla devam eden ABD propagandasına karşılık, I. Körfez Savaşı'nın tecrübelerinden kısmen faydalanmış gözüken Iraklı yetkililer de birtakım propaganda faaliyetlerine girişiyorlardı. Öncelikli olarak Irak Enformasyon Bakanı El-Sahaf'ın, savaş boyunca ardı arkasına vermiş olduğu çarpıcı bir takım demeçler sayesinde belli bir dönem tüm dünyayı Amerikan güçlerinin ciddi zayiatlar verdiği yönünde inandırmayı başarmış, Irak güçlerinin ise önemli başarılara imza attığı yönünde kamuoyunu ikna etmeye muvaffak olmuştur.

El-Sahaf II. Körfez Savaşı'nın başlarında Saddam hükümetinin Enformasyon Bakanı olarak görevini devam ettirirken, özellikle tam bir gri propaganda örneği olan konuşmalarıyla Irak halkının gönlünü kazanacaktı. El-Sahaf işgal ve bombardıman altında hayatta kalma savaşı veren Bağdat'ta üzerinde uçan savaş uçaklarına aldırmadan sokak ortasında açıklamalar yapmakta, adeta savaş propagandasının en incelikli yöntemini kullanmak suretiyle tam bir psikolojik savaş yürütmekteydi. Arap medyası

başta olmak üzere tüm dünya basınının gözü kulağı El-Sahaf'ın yapmış olduğu açıklamalara kilitlenir olmuştu. Sahaf'ın açıklamaları; Arap hükümetlerinin içinden geçirip de bir türlü söylemeye cesaret edemedikleri pek çok düşünceye yer veriyor ve Sahaf savaş karşıtları içinse tam bir ABD karşıtlığının sembol ismi haline gelmesini sağlıyordu. El-Sahaf'ın yürütmüş olduğu psikolojik savaş boyunca, Amerikan güçlerini ve onlara destek çıkan müttefikleri çoğu kez; saldırganlar ordusu, emperyalist katırlar, istilacılar, işgalciler, yılanlar, pislikler vb. benzetmelere başvurarak küçümseyici bir dil kullanmış ve bu söylemiyle de kısa bir süre de olsa başarı elde etmiştir. (Can, 2005: 143)

El-Sahaf'ın açıklamalarından öne çıkan bazı sözleri şöylece sıralayabiliriz:

— ABD'nin önderlik ettiği uluslararası alçaklar çetesine Bağdat'ta dün gece zehir içirdik. Tarih bu zaferimizi yazacak.

— Kafirler korkudan Bağdat'ın kapılarında tek tek intihar etmeye başladı.

— ABD'li sığır çobanları Bağdat'ın hiçbir mahallesine giremedi. Bağdat'ın tamamı silahlı ve dimdik ayakta, düşmanın gelmesini bekliyor.

— Iraklılar, masumları öldüren kahraman sığır çobanlarının cehennemde karınlarını deşecek.

— Bu işgalcilere ve onların yalanlarına inanmayın. Bağdat'ta hiçbir Amerikan askeri bulunmuyor. Irak'ın kahraman birlikleri yüzlerce Amerikan askerini öldürdü.

— ABD'nin kullandığı metotlar aptalca. Onların yalanlarına kanmayın. Gerçekleri yansıtın.

Neticede Amerikan askerlerinin Bağdat'a girmesiyle birlikte El-Sahaf'ın yürütmüş olduğu propaganda çalışması da son bulmuş ve Sahaf bir anda gözlerden kayboluvermiştir.

Yine Iraklı yöneticiler eliyle yürütülen propaganda örneklerinden birisi de, Iraklı askerler tarafından ele geçirilen Amerikan askerlerinin tüm dünya medyasında izlenmesini sağlamaktı.

Özellikle Amerikalı ve İngiliz askerlerinin; önce Arap televizyonlarında yayınlanan esir görüntüleri, ardından tüm dünya medyasının gündemine taşınmış ve Irak hükümeti bu görüntüler üzerinden ciddi bir propaganda başarısı elde etmiştir. Bu görüntülerin Amerikan ve İngiliz basınında hiç yer bulmayışı ve esirlerin yabancı kanallardan şans eseri görülmeleri, olayın Amerikan hükümeti açısından daha zor bir hal almasına sebep olmuştur.

Bunun yanı sıra Amerikan hükümetinin Iraklı yetkililer tarafından söylenen her söze anında karşılık verme çabası, beraberinde Amerikan propagandası açısından bir takım güvensizlik hissinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Örneğin ellerinde esir müttefik askerlerinin bulunduğunu ve bunları tüm dünya kamuoyuna göstereceklerini açıklayan Irak Devlet Başkan Yardımcısı Taha Ramazan'ın bu sözlerini anında yalanlayan Amerikan sözcüleri, bir iki saat sonra tüm dünya kanallarında yayınlanan esir görüntüleri üzerine ciddi bir prestij kaybına sebep olmuştur. (Can, 2005: 146)

I. Körfez Savaşı'nın baş aktörlerinden olan CNN'e, bu savaşta rakip olarak El-Cezire televizyonu çıkmıştı. Nitekim Cezire'nin yayınları, Arap dünyasında oldukça yankı bulmakta ve İslam dünyası tüm savaşı El-Cezire'den izlemekteydi. ABD'li propaganda uygulayıcıları çok geçmeden El-Cezire'nin gücünün farkına varmış ve Ortadoğu'da Amerikan yanlısı bir tutumunu geliştirecek bir televizyon yayınının mümkün olması için bir televizyon kanalı kurmaya niyetlenmişlerdi. Bu hedeften hareketle kurulan Al Hurra, Türkçe karşılığıyla 'özgür', uydudan yayın yapan yeni bir Amerikan televizyon kanalı olarak yayına başlayacaktı. Virginia Amerikan Kongresi'nin finansmanıyla kurulan Al Hurra'nın hedef kitlesini tamamıyla Ortadoğu'daki Arap halkları oluşturuyordu. Amacı ise bütün Arap dünyasını yaptığı yayınlar ile etki altına almaktı. 14 Şubat 2004 Cumartesi günü, yani sevgililer gününde yayına başlayan Al Hurra Türkçe karşılığı 'Ada' olan El Cezire'ye Amerikan yanıtı olarak nitelendirilmektedir.

Lakin Al Hurra'nın kuruluş aşamasında sosyal bir mesele es geçilmiş ve Al Hurra'nın yayınları halk tarafından takip edilemez olmuştur. Zira bölge halkı çanak anten alacak maddi imkandan yoksundur ve bu sebepten Al Hurra'yı izleyememektedir. (Akıner, ?,: 90)

II. Körfez Savaşı devam ederken; her savaşta olduğu gibi, akılda kalıcı bir propaganda imajı oluşturmak gerekmekteydi. Bunun için bir sembol hadisenin tüm dünya kamuoyunda işlenmesi ve reklâmının yapılması lazımdı ki bu sayede, yürütülen savaşın haklılığının tescillenmesi sağlanabilsin. II. Körfez savaşının sembol ismi Er Jessica olmuştur. Jessica'nın hikayesini Faruk Can'ın anlatımıyla okuyalım:

> "Jessica Lynch adlı genç Amerikalı asker, Irak'ın Nasiriye kentinde operasyonlara destek sağlayan bir konvoyda görevliydi. Aynı birlikten on beş askerle birlikte bulunduğu araç yanlış dönüş yapınca ters yola girerek Iraklı askerlerin ortasına düştü. Irak askerlerine yakalanan konvoydaki 5 kişi, esir olarak televizyonlara çıkarıldı. Görüntülerde 4 ceset

vardı. Konvoydaki 8 askerden ise iz yoktu. Amerikalı yetkililer, 8 askeri 'kayıp' ilan etti. İşte genç Jessica da bu kayıp askerlerden biriydi.

CIA, kadın askerin Saddam Hastanesi'nde olduğunu belirledi. Hastanenin koordinatları hemen Katar'daki merkez karargâha bildirildi. Esir askerleri kurtarmak için bir körfez ülkesinde 24 saat hazır bekletilen özel timler alarma geçirildi. Iraklıları yanıltmak için paralel bir operasyon yapılmasına karar verildi. Plan uyarınca, dikkatleri başka yöne çekmekle görevli ABD deniz piyadeleri birliği, tank ve zırhlılarla Nasıriye'nin merkezinden geçen Fırat üzerindeki bir köprüye sahte saldırı düzenledi. Iraklılar sahte saldırıyı püskürtmekle uğraşırken, helikopterlerle indirme yapan özel timler hastaneyi bastı. Özel timler bir hastane odasında tutulan Jessica Lynch'i bulup hemen helikoptere taşıdı; Jessica'nın yanında bulunan 2 Amerikalı askerin cesedi de alındıktan sonra hastaneden güvenli bir bölgeye uçuldu.

ABD Er Jessica'yı tıpkı filmlerdeki gibi operasyonla kurtardı. Ancak filmin sonundaki mesaj eksik kalmıştı. Bu da çok geçmeden tamamlandı. Operasyonun başarıyla tamamlandığını telefonla öğrenen Başkan Bush, mutluluğunu çalışma arkadaşlarıyla paylaşırken, filmin ana fikri Merkez Komutanlığı Sözcüsü Jim Wilkinson'dan geldi: 'ABD, kahramanlarını asa yalnız bırakmaz.'

Er Jessica'nın başına gelenler baştan sona filmlerdeki gibiydi. Er Jessica'nın kayboluşu kendi birliğine ait askerlerin Iraklılar'a esir düşmesiyle ortaya çıkmıştı. Buraya kadar olan bölüm ABD medyasında fazla yer almasa da Er Jessica'yı kurtarma operasyonu ve sonrası bütün detaylarıyla verildi.

Genç, çekici ve taşra kızı olan Lynch'in liseden mezun olduktan sonra Batı Virginia'nın küçük bir dağ köyünden orduya katılıp ABD'nin diğer kentlerini bile görmeden dünyayı turlaması ve Irak'ta yaşadığı büyük macera, ABD kamuoyundan da büyük ilgi gördü. Bunu fırsat bilen Hollywood yapımcıları ise Steven Spielberg'in yönettiği, Oscar'lı 'Er Ryan'ı Kurtarmak' filminin, 'Er Lynch'i Kurtarmak' versiyonunu çekmek için kolları sıvadı.

Ve aradan uzun bir zaman dilimi geçmeden Kasım 2003 tarihinde, film vizyona girdi. Filmin adı ise tahmin edildiği gibi 'Jessica Lynch'i Kurtarmak' oldu. Filmin Los Angeles'taki galasına Jessica Lynch'in kurtarılmasında yardımı bulunan Iraklı Mohammed Al Rehaief de katılarak oyuncularla poz verdi.

Er Jessica'nın başına gelenlerin tıpkı filmlerdeki gibi olduğunu söyledik. Bu olayda bir filde olması gereken tüm detaylar ve film aktörleri kadar başarılı askerler ve yöneticiler var. Peki, Er Jessica'nın başına gelenler gerçek mi, yoksa kurgu mu? El Nasıriye Hastanesi'nde görevli ve Er Jessica'nın tedavisini yapan doktorlara göre yapılan açıklamalar gerçeği yansıtmıyor. Iraklı doktorlar; 'Amerikan askerleri hastaneye baskın yapmadan bir gün önce, Saddam Hüseyin'e bağlı birlikler şehri terk ettiler. Amerikan askerleri tek kurşun atmadan ve hiçbir direnişle karşılaşmadan hastaneye girdiler, bizleri kelepçeleyip gittiler' açıklamasını yaptılar. Jessica Lynch'in yaşadıklarıyla ilgili hem lehte hem de aleyhte haberler yayınlanmaya devam etti. Er Jessica olayı, II. Körfez Savaşı'nda

yaşanan bilgi kirliliği ve psikolojik savaşın en açık göstergesi. Bütün anlatılanlar hem doğru hem de yalan gibi…" (Can, 2005: 164-166)

Son olarak; II. Körfez Savaşı sürerken, BBC'nin almış olduğu bir kararın, savaşa ve propagandaya İngilizler'in ne kadar ehemmiyet verdiklerinin bir göstergesi olarak karşımızda durmaktadır:

"BBC savaş sırasında şaşırtıcı bir karar aldı ve aralarında 'Killing me softly' ve 'Everybody wants to rule the world' gibi şarkılar olan 67 parçanın yayınlanmasını Saddam lehinde psikolojik etki yapma olasılıkları nedeniyle yasakladı." (Can, 2005: 154)

SONUÇ

Tez konusu olarak propagandayı seçtiğimizde, konuyla ilgili genel bir malumatımız söz konusuydu. Lakin okumalarımızın hemen başlarında fark edip, daha sonraları ise çok net bir şekilde ortaya çıkan tablo bazı zamanlarda ciddi şaşkınlıklar yaşamamıza sebep olmuştur. Bizzat bir siyasi ve sosyal bir dönüştürme aracı olarak propaganda yöntemlerinin, tarihin uzunca bir zamanından beridir kullanıldığını bilmekteyiz. Fakat özellikle propagandanın I. Dünya Savaşı'ndan sonra almış olduğu yeni biçim, daha sonraki yıllarda adeta baş döndürücü bir hızla gelişmeye başlıyordu.

Tez yazımında özellikle üzerinde durmaya çalıştığımız, son yüzyıla ait propaganda uygulama örnekleri, aslında yirminci yüzyılda tanımlanan yeni toplumsal düzenlerin de bir yansımasını oluşturmaktaydı. Özellikle, Almanya örneğinde çok net gördüğümüz bu yapı, propagandanın nasıl bir siyasi ve toplumsal yönlendirme vasıtası halinde kullanıldığını göstermekteydi. Nitekim Hitler'in iktidara geliş sürecinden, II. Dünya Savaşı'nın nihayetlenmesine kadar geçen dönem boyunca propagandayı bir siyaset aracı ve Alman halkı üzerinde mutlak bir otoriteyi mümkün kılmanın birinci belirleyicisi olarak tespit edip, her türlü yöntemi de meşru kabul ederek kullanması, daha sonraki dönemlerde de tüm devletlerin siyaset uygulamalarında bir örnek teşkil etmekteydi. Bu haliyle aslında Hitler, bir başka açıdan 20. yüzyılın siyasetnamesini yazmış olmaktaydı.

II. Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile dünya yeni bir siyasi döneme merhaba demekteydi. Bir tarafında ABD ve onun kıyısında olan ülkeler, diğer yanda ise Sovyet Rusya ve onun çevresinde konuşlanan devletlerden oluşan bu yapı, tarihin belki de en karmaşık ve de sinsi propaganda örneklerinin hem bir tekrarına hem de daha gelişmiş biçimlerine tanıklık etmekteydi. Her iki tarafın dünya kamuoyunu kendi siyasal sistemlerine yönelik kazanma yarışı neticesinde ortaya çıkan tablo, siyasetin nasılda propagandayla iç içe yoğrulmakta olduğunu bize göstermekteydi.

Bu dönem boyunca; Kore Savaşı ve Vietnam Savaşı'nda askeri propaganda yöntemlerinin çokça uygulanışına tanık olunurken, uzaya yolculuk benzeri bilimsel gelişmeler üzerinden (astronot-kozmonot kavramsallaştırmaları) kültürel ve siyasi propagandaya tüm dünya maruz kalmaktaydı.

Sovyet Rusya'nın tarih sahnesinden çekilmesi ile birlikte, yine bir siyasi çalkantı dönemi ve arkasından özellikle ABD patronajlığında yeni bir siyasal dönem başlamaktaydı. Bu yeni dönem esas olarak I. Körfez Savaşı ile başlamaktaydı. Özellikle bu savaş, savaş tarihi açısından da bir ilke imza atmaktaydı. Körfez Savaşı tüm dünyanın televizyon ekranlarından canlı olarak izlediği ilk savaş olma özelliğine sahipti. Böylece yeni bir propaganda dili oluşturulmakta, medyanın ekranlara taşıdığı kadarıyla bir bilgilenme süreci yaşanmakta ve haberler ise bizzat Amerikan askeri yetkililerinin izin ve kontrol süzgecinden geçerek dünya kamuoyuna ulaştırılmaktaydı.

Benzeri bir biçimde Soğuk Savaş'ın bitişiyle, tüm dünyada tam bir kültürel propaganda faaliyetine girişilmekte ve bunun öncülüğünü yine ABD yapmaktaydı. Özellikle Soğuk Savaş döneminin galibi olarak sunulan ülkelerin toplumsal ve kültürel hayatları, bütün halklara nihai ve ulaşılması gereken son nokta olarak sunulmakta, bu haliyle her türlü sosyal kurum yahut kuruluş yürütülen kültürel propagandanın malzemesi haline dönüştürülmekteydi.

Daha sonraları 2001 Afganistan Savaşı ve iki yıl sonra II. Körfez Savaşı'nın patlak vermesi, yeni dönemde geliştirilen propaganda yöntemlerinin uygulanma sahalarına dönüşmekteydi. Özellikle, tüm dünyaya ABD'li yetkililerce duyurulup, savaş nedeni halinde propaganda edilen Irak'ın sahip olduğu kitle imha silahları ve nükleer silahlar, savaş sonrası bizzat ABD'li yetkililer tarafından 'yanlış istihbarat' biçiminde tashih edilmiş, lakin istenilen hedefe güçlü bir propaganda eliyle ulaşılmış olunmaktaydı.

Tüm bu gelişmeler bize tez boyunca şunu göstermekteydi: Günümüzde öncelikle siyasi erkler eliyle yoğrulup, kitle iletişim araçlarının yardımıyla şekillenen ve gerek dünya kamuoyuna gerekse yerel anlamda toplumlara sunulan tüm bilgiler ciddi bir analize tabi tutulmadan asla kabul edilmemelidir. Zira aksi

bir durum, küresel oyun kurucuların ve onların yerli muhafızlarının güçlü propagandaları arasında kaybolmamız gibi bir durumu meydana çıkartabilmektedir.

KAYNAKÇA

Adasal, Rasim, Yeryüzü Tanrıları Liderler, Komutanlar ve Kahramanlar Psikolojisi, Minnetoğlu Yayınları, İstanbul, 1979

Akfırat, Adnan, Özel Savaş, Kaynak Yayınları, İstanbul, 1987

Anık, Cengiz, Bilgi Fabrikaları ve Müşteriler, Altınküre Yayınları, Ankara, 2003

Atti, Togli, Faşizm Üzerine Dersler, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 1978

Avşar, Servet, Birinci Dünya Savaşı'nda İngiliz Propagandası, Kim Yayınları, Ankara, 2004

Aydın, Mustafa, Kurumlar Sosyolojisi, Vadi Yayınları, Ankara, 2006

Bahşi, A.Faruki, Haberalma, Propaganda, Yıkıcı Faaliyetler; Sermet Matbaası, İstanbul, 1977

Baştürk, Rabi, Psikolojik Harb ve Kültür Savaşları, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2005

Bektaş, Arsev, Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul, 1996

-, Siyasal Propaganda; Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları, Bağlam Yayıncılık, Ankara, 2002

Berle, Adolf A., İktidar, Tur Yayınları, İstanbul, 1980

Bottomore, Tom, Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi, Ayraç Yayınları, İstanbul, 2002

Brown, J.A.C., Siyasal Propaganda, Alternatif Üniversite Yayınları, İstanbul, 1992

-, Beyin Yıkama, Boğaziçi Yayınları, İstanbul, 2000

Can, Faruk, Bilgi Çağının Güdümlü Silahı: Medya, Alfa Yayınları, İstanbul, 2005

Canetti, Elias, Kitle ve İktidar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006

Chomsky, Noam, ABD Terörü, Terörizm Kültürü, Pınar Yayınları, İstanbul, 1991

Clark, Toby, Sanat ve Propaganda, Kitle Kültürü Çağında Politik İmge, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004

Clews, John C., Nasıl Aldatıyorlar, Kardeş Matbaası, Ankara, 1972

Çeşme, Ahmet, Psikolojik Harekat ve PKK, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2005

Domenach, Jean-Marie, Politika ve Propaganda, Varlık Yayınları, İstanbul, 1995

Downs, Robert B., Dünyayı Değiştiren Kitaplar, Ötüken Yayınları, İstanbul, 2000

Ecevit, Lütfullah, Ruhi Harb, Askeri Matbaa, İstanbul, 1943

Edibali, Aykut, Milli Mücadelede Kadroların Vazifeleri, Otağ Yayınları, İstanbul, 1970

Göksu, Turkut; Toplumsal Psikoloji Toplumsal Olaylar ve Müdahale Esasları, Özen Yayımcılık, Ankara, 2000

Herman, Edward S. - Noam Chomsky, Kitle Medyasının Ekonomi Politiği, Rızanın İmalatı, Aram Yayınları, İstanbul, 2006

Herman, Edward S., Pazarın Zaferi, Pınar Yayınları, İstanbul, 2003

Hobsbawm, Eric, Kısa 20. Yüzyıl, Sarmal Yayınevi, İstanbul, 1996

Kaplan,Yusuf, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Rey Yayınları, Kayseri

Karabekir, Kazım, Gizli Harp İstihbarat, Kamer Yayınları, İstanbul, 1978

Karaşahan, Mesut, Terörün Efendileri, Pınar Yayınları, İstanbul, 2003

-, Totaliterizmin Sefaleti, Beyan Yayınları, İstanbul

Keith, Jim, CIA'den Medya'ya Kitlelerin Kontrolü, Noktakitap, İstanbul, 2005

Korkud, Refik, Psikolojik Savunma, ???,

Kumkale, Tahir Tamer, Beynimizi Kimler ve Nasıl Yönetiyorlar, Pegasus Yayınları, İstanbul, 2006

Labin, Suzame, Komünist Propaganda Taktikleri, Altınok Matbaası, Ankara, 1972

Lazereff, Pierre, Fransa'da Basın Rezaletleri, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1995

Megret, Mavrice, Psikolojik Savaş,???,

Mutlu, Mustafa, Vietnam'dan Körfez'e Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul, 2003

Okay, Vahap, Modern Propaganda, Türkiye Ticaret Postası Matbaası, İstanbul, 1957

Özsoy, Osman, Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma, Alfa Yayınları, İstanbul, 1998

Robb, David L., Holywood Operasyonları, Güncel Yayıncılık, İstanbul, 2005

Russell, Bertrand, İktidar, Cem Yayınları, İstanbul, 2002

Sabine, George, Yakınçağ Siyasal Düşünceler Tarihi, Cem Yayınevi, İstanbul, 2000

Schiller, Helbert, Zihin Yönlendirenler, Pınar Yayınları, İstanbul, 1993

Takınç, T., Hitler Kimdir ve Nazizm Nedir?, Kitapçılık Ticaret Ltd. Şti. Yayınları

Tarhan, Nevzat, Psikolojik Savaş, Gri Propaganda, Timaş Yayınevi, İstanbul, 2006

Valantin, Jean-Michel, Küresel Stratejinin Üç Faktörü: Holywood, Pentagon ve Washington, Babıali Kültür Yayıncılığı, İstanbul, 2006

Vatandaş, Aydoğan, Agharta, Elektromanyetik Savaş Başladı, Timaş Yayınları, İstanbul, 2001

Yalçın, Hasan, Psikolojik Savaş, Kaynak Yayınları, İstanbul, 2006

Yılmaz, Sait, 21. Yüzyılda Güvenlik ve İstihbarat, Alfa Yayınları, İstanbul, 2006

Makaleler

Akıner, Nurdan, 11 Eylül Saldırıları Ardından Bush Yönetiminin Ortadoğu'daki Propaganda Faaliyetleri, İletişim Fakültesi Dergisi, Mersin, s.90

Glasneck, Johannes, Alman Faşizminin Türkiye'deki Propaganda Faaliyetleri, Martin Luther Üniversitesi, Halle, 1966

Tezler

Koç, Rezal, Siyasal İletişimde Propagandanın Önemi; Bir Örnek Olay Nazi Propagandası, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2002

Yılmaz, Nuray, Kitle Psikolojisinin Halkla ilişkiler ve Propagandada Kullanılması, Örnek Olay: Irak-ABD Savaşı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004