

PROPAGANDA TEORİSİ
ve
PROPAGANDANIN GELİŞİMİ (*)

Dr. Terence H. QUALTER
Waterloo Üniversitesi
İÇev. Ünsal OSKAYI

Bölüm I:

PROPAGANDA TEORİSİ

1622 yılının Haziran ayında Papa XV. Gregory, zamanın Avrupa'sında, Kilise kurumunun durumunu yeniden düzenlemek zorunda kalmıştır. Ogünlerde Bohemya, Alsas ve Palatinate'da din savaşları yeniden başlamıştı. Ama papa biliyordu ki bunlar silâh zoruyla yeniden dinde birlik kurmaya yetmeyecekti. Zaman böyle bir iş için artık çok geç olmuştu. Protestan Reform Hareketinin etkilerine karşı mücadele edebilmek için, yeni koşullar nedeniyle, yeni önlemler almak gerekiyordu. İşte bütün bu düşüncelerledir ki Para Gregory Katolik Kilisesinin imân ve inancını barışçı yollardan yaymak için yeni, örgütlü ve sürekli bir kuruluşun oluşturulmasını düşündüğünü bildirdi. Bunun ardından, 22 Haziran'da, *Sacra Congregatio Christiano Nomini Propaganda*; ya da bugün daha çok hatırlanan adıyla, *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* kuruldu. Bu kuruluş Roma Katolik Kilisesinin resmi bir organı oldu ve Katolik Kilisesinin inanç ve imânını yeni dünyaya yaymak, aynı zamanda eski dünyada da Roma Kilisesinin din anlayışını pekiştirmek ve yeniden güçlendirmekle görevlendirildi. *Sacra Congregatio*, propaganda görevlerini yüklenmek için kurulan ilk organ değildi. Bu işi yapan ve özel olarak da böyle bir isimle adlandırılan ilk kuruluş oluyordu.

Papalığa bağlı bu resmi *Propaganda* kurumu kurulduktan sonra kilise görevlilerinin bireysel anlayıştaki çalışmaları sona ermiş; onun

(*) "Propaganda Teorisi" ve "Propagandanın Gelişimi" başlıklarını taşıyan bu çeviriler, Kanada'daki Waterloo Üniversitesi profesörlerinden Dr. Terence Qualter'in *Propaganda and Psychological Warfare* (Propaganda ve Psikolojik Savaş) kitabının birinci ve ikinci bölümleridir.

yerine, merkezi otoritenin kontrol ve yönetiminde tek bir hareket tarzı izlenmeye başlanmış; Katolik-olmayan ülkelerde âyin dualarında kullanılan kitaplar ile piskoposların ve diğer kilise görevlilerinin misyonerler için hazırladıkları eserlerin biçim ve işlemleri üzerinde merkezi bir denetime gidilmiştir. Birkaç yıllık bir dönem içinde, 1627'de Papa VIII. Urban, misyonerler için merkezde bir okul açmak amacıyla, *Collegium Urbanum*'u kurmuştur.

Propaganda Kurumunun çalışmaları geniş çapta ve "topluluk bilincine" seslenecek nitelikteydi; yani, bireylere değil, "Amerikalardaki puta tapanlar" ile "Avrupa'daki protestan halklara" seslenilmekteydi.

Propaganda kuruluşunun denetiminde ve genel bir çerçeve içinde hazırlanan bu materyallerin erişilmek istenen kitlelere sunulmasında izlenecek yöntemlerin ve diğer sunum ayrıntılarının saptanması ise, içinde çalışılacak ülkelerin oğünkü koşullarına göre yerel Kilise görevlilerine terk edilmiş bulunmaktaydı. Bu *propaganda* çalışmasında merkezin tesbit ettiği genel çalışma ilkesi ise, insanlara Roma Kilisesinin doktrinini gönüllü olarak benimsetmekti.¹

Katolikliği sistemli bir şekilde yaymak için geliştirilen Gregory'nin bu plânının, kurucusunun düşündüklerini aşan, iki sonucu daha oldu: birincisi, daha sonraları kamu oyunu kontrol etmek, böylece kitlelerin eylemlerini güdümlenmek isteyen başka propagandacılar bir örnek oluşu; ikincisi, kamu oyunun günümüzdeki biçimiyle kontrol edilmesiyle sonuçlanan uygulamaları kolaylaştırmış oluşu. Başlangıçta kelime olarak ilk anlamıyla ve herhangi bir doktrini yaymak için kurulan örgütleri ifade etmek amacıyla kullanılan propaganda terimi, zamanla, doktrinin kendisini ifade etmek için kullanılmış; sonraları ise, doktrini yaymak için yararlanılan teknikleri ifade etmekte de kullanılmaya başlamıştır. Önlerinde papalık tarafından geliştirilen örneğe bakan kuzeyli Protestan ülkeler propaganda terimine güneydeki Katolik ülkelerindekinden çok farklı, sakıncalı ve bozguna, bir anlam vermişlerdir. Ondokuzuncu yüzyılda yaşayan bir İngiliz yazarı için Roma Katolik Kilisesinin inancını yaymak amacıyla kurulan bir örgütü kötü ve yıkıcı bir örgüt olarak kabul etmek; bu ikisini eş anlamlandırmak olağandı. Nitekim 1840'ların önde gelen ansiklopedistlerinden W.T. Brande, Papa Gregory'nin bu kuruluşunun tarihçesini özetledikten sonra terime ilişkin olarak şu yorumu yapıyordu:

¹ Papalığın Propaganda çalışmalarının tarihçesi ve tanıtımı için, Bk: U. Benigni, "Propaganda," *Catholic Encyclopaedia*, Yıl (1911), ss. 456-461.

Köken olarak bu eski kuruluştan adını alan propaganda çağdaş siyaset dilinde, çoğu yönetimlerin dehşet ve nefretle karşıladıkları ilke ve düşünceleri yaymak için kuurlmuş gizli örgütleri ifade etmekte kullanılmaktadır.²

Yukardaki alıntıdaki şekli dışında, onyedinci ve onsekizinci yüzyıl boyunca İngilizcede "propaganda" hakkında hemen hemen hiçbir şey yazılmamıştır. Fakat bu dönemden hemen sonra, "propaganda" bütün dünyada siyasal bilimcilerin en çok kullandıkları kavramlardan biri olmuştur.

Doğaldır ki, propaganda faaliyetleri ve ikna teknikleri toplumlarla yaşıt olduğu için, hiç de yeni şeyler değildir. İnsanın örgütlü topluluklarda yaşamaya başlamasıyla birlikte liderler ve liderliğe özenenler kendilerine destek bulmak için propaganda yöntemlerini kullanmışlardır. Mısır'daki piramitler, Romanın lejyonlarındaki düzen ve gösterişlilik, Kuzey Amerika'daki kabilelerin totemlerle süslü ağaçtan sütunları bu topluluklardaki liderliklerin mistik görünümünü pekiştirmek, topluluk üyelerindeki topluluğun üyesi olma duygusunu güçlendirmek, toplulukların birlik ve yaşayış biçimini sağlamlaştırmak için kullanılmış propaganda düzenekleriydi. Düşmanın kendine olan güven ve cesaretini kırmak veya düşmana karşı nefret duyguları yaratmak için imâl edilen zulüm ve gaddarlık "masalları" en azından savaşlar kadar tarihi eski tekniklerdir. Her savaşın ardından, heriki tarafın da zulmünü ve kötülüklerini işleyen böylesi hikâyeler yaygınlaşmıştır, tarih boyunca.

Bununla beraber, propagandanın siyasal hayatın içinde devamlı ve temel önemde bir görünüm kazanması ve geniş kapsamlı, örgütlü bir propagandanın oluşması için gerekli koşullar ancak ondokuzuncu yüzyıldaki *ulus devletleriyle* birlikte ortaya çıkabildiği için, esas itibarıyla propaganda çağdaş sayılabilecek bir olgudur. Bu koşullar; yani, kitlesel propaganda için gerekli ön-koşullar gelecek bölümde ayrıntılarıyla incelenecektir.

Burada, şimdilik, propagandanın reklâm tekniklerinin siyasete uygulanmasıyla oluşmaya başlayıp, daha sonra, başlı başına ayrı bir uzmanlık türü gerektiren bir sanat hâlini aldığını belirtmekle yetinelim. Ondokuzuncu yüzyıl sonlarında çok az sayıdaki ileri görüşlü bazı siyasal bilimciler propagandanın demokrasi için potansiyel bir tehdit niteliği taşıdığını işaret etmişlerdir. Fakat 1914 yılın-

² W. T. Brande, "Propaganda," Dictionary of Science, Literature and Art (London, 1842).

da demokrasi için tehdit teşkil edeceği ileri sürülen propagandanın yerini, siyasetçilerin yaptıkları mücadelede kitlelerden destek sağlamak için kullandıkları rüşvet, yolsuzluk ve şiddet kullanımının aldığı görüldü. Gene de, o dönemde bile, bazı siyasal bilimcilerce çağdaş siyasetin en önemli öğelerinden biri olduğu ileri sürülen propaganda birçokları için henüz hiç duymadıkları bir kavram olmakta devam ediyordu. Wallas'ın, Sorel'in, Lippmann'ın kitapları küçük bir aydınlar azınlığından başkasına ulaşamıyor; geniş kitleler, çoğunlukla, propaganda sorunundan habersiz bulunuyorlardı.

1914-1918 Savaşı ise propaganda pratikleri alanında denemeler yapmak için çok geniş olanaklar hazırlamıştır. Savaşın sonunda pek çok insan modern propaganda teknikleri konusunda birinci elden deneyim sahibi olmuş bulunuyordu. 1920'lerin ortasında, modern propaganda konusunda yaşamlarıyla deneyim sahibi olan kimseler kendi anılarını yayınlamaya başlamış; propaganda kelimesi artık çoğunluğun bildiği bir kelime olmuş ve günlük siyaset sözlüğümüzde yer almıştır.

Birinci Dünya Savaşındaki propaganda, özellikle Müttefiklerin uyguladığı propaganda ilerde oldukça ayrıntılı olarak incelenecektir. Bunun nedeni, Birinci Dünya Savaşındaki propagandanın ulusal çerçevede olduğu kadar, uluslararası boyutları içinde de oldukça uzun bir zaman kamu oyununun kontrol altına alınması için girişilmiş ilk sistemli çaba oluşudur. Bu bakımdan, I. Dünya Savaşı döneminin propaganda çalışmalarının incelenmesi propagandanın doğasının (mahiyetinin) anlaşılması için de yararlı olacaktır. 1930'larda ileri sürülen propaganda tanımlarından çoğu bu eserde pek ciddiye alınmamıştır. Bunun nedeni, bu tür tanımların kendilerini propagandacı olarak ilân eden kimselerin faaliyetlerini açıklamaktan uzak oluşudur. Bu eserde, propaganda konusunda geliştirilecek bir teorinin, herşeyden önce, propagandacının yaptıklarını açıklığa kavuşturması gerektiği inancı ile hareket edilmiştir.

ANLAMLARIN YOLAÇTIĞI KARIŞIKLIK

1919 yılında, büyük devletlerin herbiri öylesine karmaşık örgütler kurmuş, propaganda "güç mücadelesinde" öylesine önemli bir silâh hâline gelmiştir ki, siyasal bilimciler için, yapılacak herhangi bir siyaset süreci incelemesinde propagandanın konu dışı bırakılması olanaksızlaşmıştır. Fakat aynı siyasal bilimciler ilk olarak "propaganda" diye neleri incelemek zorunda olduklarını saptamak gereğini

duymuşlardır. Bunun nedeni ise, o dönemde propagandanın doğası konusunda tam bir karışıklığın hüküm sürmesi olmuştur. 1914-1918 Savaşının kapsadığı dönemde propaganda teriminin günlük yaşantıdaki kullanımı kelimenin alışılmış anlamının sınırlarını aşmış; fakat terime, üzerinde görüş birliğine varılmış bir anlam sınırlandırılması getirememiştir. Bu dönemde "propaganda" terimi hem isim, hem de sıfat olarak kullanılıyor; hem aldatmaca, hem karşılıklı tarafların herikisince de söylenen "yalanlar" yerine geçiyor; hem bir eylem biçimini, hem de bu eylem biçiminde kullanılan materyalleri ifade ediyor; ayrıca, bugün psikolojik savaş dediğimiz sürecin çeşitli görünümünü kapsama içinde bulunduruyordu. Siyasal bilimciler propaganda konusundaki incelemelerini sistemleştirmek için, herşeyden önce, bu terimi yeniden tanımlamak zorunda kalmışlardı. Fakat ne yazık ki, siyasal bilimcilerin o dönemde yaptıkları yeniden-tanımlamalar ortadaki güçlüğü daha da arttırmış; bu çabalar başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Bu bölümün amaçlarından biri de propaganda kavramını tanımlamak için girişilen sözkonusu çabaları ve bu konudaki çeşitli yaklaşımları özetle gözden geçirmektir.

Bu konuda, 1923 yılında R.J.R.G. Wreford tarafından sunulan bir tezdeki tanımlama yerinde bir başlangıç olabilir. Yazar propaganda kelimesinin "çirkin" bir kelime olduğunu ileri sürdükten sonra, propaganda'nın "ilgi çekici enformasyon ve kanaat yayma işlemi" olduğunu söylemiştir. Yazara göre, propagandanın bundan fazla ya da eksik bir yanı bulunmamaktadır. Yayılmak istenen materyalin gerçek ya da yalan, olgusal ya da kanaat niteliğinde olması; veya iyilik için ya da kötülük için yayılmak istenmiş olması bir fark yaratmamaktadır. Ayrıca, propagandanın büyük ölçüde hissiyata hitap eden bir işlem olması ya da yayım yöntemlerinin de diğer alanlardakilerden farklı ve özel yöntemler olması gerektiğine dikkat edilmediği anlaşılmaktadır. Wreford'un tanımında, sadece, propagandanın "ilgi çekici" olması; yani, belirli bir fikrin veya kanaatin "satışından" bir takım kazançların elde edileceği umudunu uyandırması özelliği üzerinde durulmuştur.³

Fakat Wreford sıradan propagandadan ayrı olarak, "kötü niyetli propagandayı da" belirtmiştir. Bu, ilgi çekici görünen, ama aslında ilgi çekici (yarar sağlayıcı) olmayan; bu özelliğini saklı tutan propagandadır. Kötü niyetli propaganda sadece enformasyon verme amacını taşıyormuş gibi görünerek propagandacının kitlenin kanaatları-

³ R.J.R.G. Wreford, "Propaganda, Evil and Good," *The Nineteenth Century and After*, XCIII (1923), ss. 514-24.

nı etkileme arzusunu aslında sinsice gözlerden uzak tutar. Daha sonraki bazı yazarlar propagandanın anlamını ikna edici tarafın amacının gizli tutulduğu ikna biçimleriyle sınırlı tutmak istemişlerse de, Wreford'un ileri sürdüğü gerek açık gerekse saklı iknanın propaganda sayılabileceği görüşü bizce çok daha akla yakın ve yeterli görünmektedir.

Wreford'un tanımındaki kısalık ve sadelik bir üstünlük niteliği taşıyorsa da, söylenmesi gereken pekçok şeyi ifade edemeyen bir tanım tam olmayacağı açıktır. Propaganda elbette ki ilgi çekici fikir ve kanaatların yaygınlaştırılmasıdır. Ama, aynı zamanda, bundan fazla birşeydir. Böyle bir tanıma bakarak, bu tanıma yapan yazarın bir üniforma giymek, bir bayrak asmak, bir borazan çalmak gibi şeyleri de propaganda eyleminin kapsamı içinde sayıp saymadığını anlamak olanaksızdır. Yüzeyden bakılırsa, Wreford'un propagandadan anladığı sözlü ya da yazılı dil aracılığı ile fikir ve görüşlerin yaygınlaştırılması olup, diğer çok çeşitli propaganda edimlerini propagandanın kapsamı içinde görmemektedir. Tanımı, ayrıca, bu kanaat ve görüş yaygınlaştırma ediminin amaçlarının da incelenmesi gereken bir sorun olduğunu fark etmemiş; özel bir konuşmada tek bir bireyin başka bir bireye görüşlerini ifade etmesi ile, tek bir bireyin tüm bir ulusa kendi görüşlerini yayması arasındaki ayrılığı görmezlikten gelmiştir. Propaganda eyleminin en önemli yanı bir kitlesel veya grupsal ikna amacı taşıması oluşu ve siyasal bilimcilerin propaganda ile ilgilenme nedeninin de bu olması yüzünden, bu etmeni görmezlikten gelen veya göremeyen bir tanımın gerçekten yeterli bir çalışmanın ürünü olduğu ileri sürülemez. Fakat bu yetersizliğine rağmen Wreford'un bu tanıma propagandayı sırf ahlâka aykırı olup olmaması açısından değerlendiren eski tanımlamacıların etkilerinden sıyrılabildiği için, sonraki çalışmalarda sağlanacak olan gelişmelere öncülük etmiş; bu gelişmelerde büyük etkisi olmuştur.

Bir dönem sonra H.D. Lasswell kendi bilimsel yaklaşımı ile siyaset konusuna eğilmiş, Wreford'un tanımındaki görüşlere benzer görüşler taşıyan, fakat birçok bakımlardan o'ndan ayrılan bir tanım yapmıştır. "Propaganda" diyor Lasswell, "belirgin sembollerin manipülasyonu aracılığı ile kollektif tutumların yönetilmesidir."⁴ Bazı önemsiz ifade değişiklikleri dışında bu tanım Lasswell'in sonraki diğer eserlerinde de temel tanım olduğu için, bunun daha ayrıntılı olarak incelenmesi gerekmektedir. Propagandayı tanımladıktan son-

⁴ H.D. Lasswell, "The Theory of Political Propaganda," *American Political Science Review*, XXI (1927), s. 627.

ra Lasswell bu tanımlamasının temelindeki görüşlerini de açıklamaktadır. ““Bir tutum” diyor “belirli değerlendirme kalıplarına uygun şekilde hareket etme eğilimi” olarak ele alınabilir.⁵ “Semboller” ise birçok yazılarında “... kelimeler veya resimler ve anlam taşıyan vücut hareketleri gibi kelime yerine geçen şeyler” olarak ele alıyor.⁶ Bu durumda, Lasswell’in propaganda anlayışı kelimelerin, jestlerin ve benzeri şeylerin, başkalarının düşünce eylemlerini kontrol etme amacıyla, belirli kişilerin siyasal veya diğer sosyal değer standartlarına uygun düşecek şekilde kullanılmasını içermektedir. Propaganda sorununun özüne yaklaşmış bulunan bu anlayış Lasswell’in propaganda ile eğitimi ayrı ve karşılıklı yerlerde bulunan farklı iki şey olarak kabul eden anlayışına da temel teşkil etmektedir. Bu nedenle de, bu iki olgu arasındaki ilişki sorununun bütün ayrıntılarıyla incelenmesine doğru atılmış ilk adım olarak kabul edilmektedir.

PROPAGANDA VE EĞİTİM

Propaganda ve eğitimin, kanaatların biçimlenme süreci yönünden bakıldığında, birbiriyle öylesine yakın bağlantısı vardır ki, insan bu iki olguyu aynı gibi görmek isteğine kapılmaktadır. Fakat öte yandan bu iki kelimenin akla getirdiği duygusal içerikler birbiriyle öylesine terslik içindedir ki, insan bu iki olguyu birbirinden ayırmak, iki olgunun benzer yanlarından çok, farklı yanları üzerinde vurguda bulunmak istemektedir. Propaganda ve eğitim olgularını objektif bir yönden incelemek için karşı karşıya olduğumuz duygusal güçlük de buradan oluşmaktadır. Propagandanın eğitime ters bir şey olduğunu öylesine mutlak bir şekilde *biliyoruz ki*, iki olgu arasında benzer yanlar aramaksızın farklılıklar üzerinde durmamız gerekiyormuş gibi düşünmekteyiz. Gezegenlerin hareketlerini açıklayan eski çağların gökbilim bilginlerinin çabaları gibi, propaganda ile eğitimin farklılıklarını anlatmaya çalışan açıklamalar pek çoktur. Ama gerçekten başarılı ve doğru olanları yoktur. Bunların gerçekliği ve doğruluğu yarımıdır.

Profesör Lasswell bu sorun üzerinde önemle durmuş ve bu konudaki tutumu zaman zaman değişiklikler geçirmiştir. Bir keresinde Profesör Lasswell propagandanın “tartışmalı” ve “karşıt” tutumlar-

⁵ Ibid.

⁶ H.D. Lasswell ve D. Blumenstock, *World Revolutionary Propaganda* (New York: Alfred A. Knopf, 1939), s. 9.

la ilgili bir sorun; eğitimin ise, kendini, "kabul edilmiş bulunan" tutum ve becerileri aktarmakla görevli sayan bir adım olduğunu ileri sürmüştür.⁷ Bu tezini ispatlamak için Profesör Lasswell, Sovyetler Birliği'nde Marxist ekonominin öğretim dalı olmasından sonra, Marxist ekonomi öğretmenin kabul edilmiş tutumları öğreten bir eğitim niteliği kazandığını söylemektedir. Birleşik Amerika'da ise, kimi yazarlarca bu gibi kabul edilmemiş ve karşıt materyalin öğretilmesi eğitim kabul edilmemekte; Marxist ekonomi öğretimi propaganda sayılmaktadır. (*)

Bu görüşün karşılaştığı güçlük "kabul edilebilir" veya "karşıtca" terimlerinin ne olduğunu açıkca tanımlamakta yetersiz kalmasıdır. Tutumlar çoğunlukla kendilerine uygun tutumları olan kimselerce kabul edilebilir tutumlar; olmayanlarca da "karşıt" tutumlar sayılmaktadır. Yukarda aktarılan örnekte *kabul edilebilir tutumlar* ile *karşıt tutumların* neler olabileceğini kestirmek zor olmasa da, Birleşik Amerika'da bile pekçok kimse için Marxist ekonominin *karşıt* sayılması söz konusu değildir. Bu konu üzerinde bundan da derine gitmek ve çeşitli sorular sormak gerekirse, Lasswell'in bu sınıflaması bazı yararlı amaçlar için kullanışlı bir sınıflama sayılabilirdi. Fakat durum böyle değildir. Kabul edilebilir tutumlarla karşıt sayılan tutumlar arasında belirli bir farklılığın ortaya konulamayacağı çok ve değişik durumlar olabilir. Örneğin, bir ülkenin kapitalizmden komünizme dönüşümünün hangi aşamasında Marxist ekonomisi karşıt olmaktan çıkacak ve Marxist ekonomi öğretimi bozuncu propaganda yerine, resmileşmiş eğitim olarak kabul edilecektir? "Kabul edilebilir" ve "karşıt" gibi son derece sübjektif terimlere dayanan bir tanımlamanın, objektif bir bilimsel çalışma için yararlılığının çok sınırlı olacağı açıktır.

Lasswell'in 1927'deki tutumunu niçin terkettiğini anlamak da zordur. O yıllarda yayınladığı *The Theory of Political Propaganda*'da "eğitim" terimiyle, imlâ, aritmetik, marangozluk ve buna benzer "tekniklerin kazandırılması" edimlerinin ifâde edilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Öte yandan, propagandayı "değerlendirmeye yönelik dispozisyonların ve tutumların oluşturulması" şeklinde; yani, şeylerle ilgili kanaatlerin biçimlenişi diye ifâde etmiştir.

Tanım olarak oyullarda yaptığı bu tanımlama, tam anlamıyla

⁷ Bu tez *World Revolutionary Propaganda* (1939) ve *Propaganda and Promotional Activities*'in Giriş'in işlenmiştir.

(*) Bu görüş 1950'lerin Amerikasında; Soğuk Savaş koşullarında görülmüş bir görüştür. Daha sonraki yıllarda bu tür "saçmalıklar" kalmamıştır.

yeterli sayılmasa bile, Lasswell'in sonraki yıllarda benimsediği görüşten çok daha gelişkin ve yeterlidir. İki olgu arasındaki farklılıkla ilgili olarak o yıllarda belirttiği görüşünün değerliliği, aynı eserde "propagandacı" kişinin tutumu ile, "düşünmeci-tartışmacı" kişinin tutumu arasındaki farklılığı belirtmesine de dayandırılabilir. Eğitim için temel özellik sayılması gereken *düşünmeci-tartışmacı tutum*, bir sorunun çözümlenmesi için önerilen bir görüşün; önceden tercih konusu olmuş ve tercih edilmiş belirli bir çözümün bulunmamasını gerektirir. Eğitsel düşüncede amaç gerçeği bulmaksa, düşünen kimsenin eğitimin özüne denk bir tutum içinde kalabilmesi için, ne denli alışılmamış da olsa, gerçeği görmezlikten gelmemesi ve gerçeği baskı altına almaması gerekir. Propagandacının tutumu ise, bunun tersine, bir konuda çözüm aranmasına başlamadan önce belirli bir çözümün saptanmış olmasıyla belirlenmektedir. Diğer bir deyişle, belirli erekleri olan propagandacının propagandaya, bu ereklere eriştirici bir araç gözüyle bakar; propagandayı, zaten önceden kararlaştırmış bulunduğu çözümün "doğruluğunu" ispatlayacak bir araç olarak kullanmak ister.

Düşünmeci-tartışmacının tutumu ile propagandacının tutumu arasındaki farklılığa dayanan bu görüş *kabul edilebilir tutumlar* ve *karşıt tutumlar* farklılığına dayanana oranla daha kullanışlı ve gerçekçidir. Fakat Lasswell'in bu tanımında da bazı güçlükler giderilememiştir. Lasswell'in belirttiği gibi, propagandacı teknik becerilerin öğretilmesi ile uğraşmaz; imlâ gibi, aritmetik, ya da mühendislik gibi şeyleri öğretmekle uğraşmaz. Ama uğraşmamasının nedeni, bunların, olağan koşullar altında, propagandacı için ilginç konular olmamasıdır. Kaldı ki propagandacı bu konuların öğretilme tarzından, hangi olgulara dayanarak öğretilmekte oluşlarından, ya da bunları öğrenen sınıfların terkiibinden yararlanarak bunları propaganda materyali yapabilir. Tek başına bırakılsalar objektif materyaller olarak kalacak olan dersane materyalleri, istenirse, propaganda taşıyıcısı konular hâline getirilebilir. Örneğin, aritmetik öğrenen küçük çocuklara sayıları belletirken elmalarla veya portakallarla değil de askerlerle veya silâhlarla dört işlem yaptırmak; ya da müzik derslerinde devamlı olarak vatanseverlik şarkıları öğretmek gibi. Burada propaganda etkisini yaratan, bu konuların öğretilme tarzı olmaktadır. Ayın şekilde bir ders kitabının da propaganda amaçlı mı, yoksa öğretim ve eğitim amaçlı mı olduğunu ilk bakışta anlamak zordur. Bir ders kitabı bu niteliklerden herikisine de aynı anda sahip olabilir. Bir fizik kitabı fizikçiler için düpedüz bir eğitim aracı iken, bir politikacı için politikacının ülkesindeki siyasal sistemin fizik öğ-

retiminde belirli bir üstünlük taşıdığını gösteren değerli bir propaganda yerne geçebilir. Fakat böyle bir anlayışa dayanılacak olursa, propagandanın bazıları için propagandayken bazılarına göre eğitim olarak görünmesi, ya da aynı kimselerin gözünde bugün propaganda olmayan bir şeyin yarın propaganda gibi görünmesi önlenemez. Bu nedenle, propaganda kavramını tanımlarken "teknik beceriler kazandırılmasının" unutulması ve bunun propagandanın dışında ve propagandaya ters birşey olduğunu ileri sürmek akıllıca bir tutum olmamaktadır.

Bir başka Amerikan yazarının, L.W. Doob'un eğitim ve propaganda sorunu konusundaki yaklaşımını anlamak için, önce, bu yazarın "öneri" teorisini incelemek gerekmektedir. Bunun için de, önce, Doob'un "tutum" teriminden ne anladığı üzerinde durmak gerekmektedir. *Bu terimin önemi Propaganda, Its Psychology and Technique*⁸ adlı eserde uzun uzadıya belirtilmiştir. Fakat bu uzun ve bazan sorunu daha da karmaşık kılan değerlendirme ile "tutum" terimini, genellikle kullanılan en bilinen anlamından; yani, insanın belirli bir konumda nasıl hareket edeceğini kısmen belirleyen psikolojik faktörler şeklindeki kaba ve oturmamış anlamından kurtarmak mümkün olamamaktadır.

Doob "uyarı-durum" terimini de bir tutumun oluşumuna yolaçan herhangi birşey⁹ diye tanımladıktan sonra kendisinin "öneri" terimini de şöyle tanımlamaktadır :

"Öneri, uyarı-durumların, önceden-varolan ilgili tutumların işlemin sonucu olarak uyandırılmaları ile ussal alanda başka ve farklı uyarı —durumlarda oluşmayacak olan yeni bir bütünleşme yaratacak şekilde güdümlenmesi ile meydana getirilir."¹⁰

Öneri fikri, bu bakımdan, bireyin içinde belirli bir soruna karşı belirli tutumların varlığını gerektirmektedir. Bu tutumlar değişmez veya sabit değildir. Fakat "uyarı-durumlar" diye adlandırılan dışsal etkilerle etkilenebilmektedirler. Gören, okuyan ya da duyan bireyde bazı tepkilere yolaçan herhangi bir olgu, rastlantı, konuşma, resim veya kitap uyarı-durum sayılmaktadır. Bazı belirli uyarı-durumlar başkaları tarafından kontrol edilebilmekte veya güdümlene-

⁸ L.W. Doob, *Propaganda, Its Psychology and Technique* (New York: Henry Holt, 1935), ss. 29-35.

⁹ *Ibid.*, s. 54. Ve bk: Graham Wallas'ın "telkin" kavramı hakkında yazdıkları için Bölüm İki.

¹⁰ *Ibid.*, ss. 75-76 ve 89.

bilmekte ve bu tür denetimli uyarı-durumlar aracılığı ile eskiden varolan tutumların yeni tutumların yaratılmasını sağlayacak şekilde değiştirilmesi hâlinde bu işleme de "öneri" denmektedir.

Tutumlar üzerinde herhangi bir etkide bulunamadan uyarı-durum algılandığında, ya da algılamanın sonucunda bireyin tutumları üzerindeki değişimin önceden-varolan tutumlarla ilişkili olmaması hâlinde ise, "önerisizlik" denilen durumla karşılaşmaktadır.

Bu teorinin anlaşılabilmesi için izlenecek en iyi yol bir örnek vermektir. Hemen verilebilecek bir örnek olarak, kendinden daha zengin ve esenlikli olanları kıskanan (bunlar önceden-varolan tutumlardır) birini düşünün. Bu adama da kendisinin yoksulluk içinde olmasının Yahudi asıllı mali sermaye sahipleri yüzünden olduğunu ileri süren bir risâle verilmiş (bu uyarı-durumdur) olsun. Adamın önceden-varolan tutumlarına etki eden bu *uyarı-durum* onda Yahudi-karşıtlığı şeklinde (yeni tutum) yeni bir duygunun yaratılmasına yolaçar. Bu süreç de, bu nedenle, öneri diye adlandırılmaktadır.

Diğer yandan, aynı risâle Yahudi olan ve Yahudi-olmayan mali sermayedarların ekonomideki yerleri hakkında bilimsel bilgiye sahip bir iktisatçının eline geçmiş olsaydı, bu durumda hiçbir tutum değişikliği oluşmayacağı için, sadece bir *algılama* olacak, fakat *öneri* sözkonusu olmayacaktır.

Doob, bununla da kalmamakta, önerileri *dolaylı* ve *dolaysız* öneri diye ikiye ayırmaktadır. Dolaysız öneride birey, uyarı-durumun bir bölümü olarak, sunucunun yakın amacını farkedebilmekte; bu nedenle de, bireyin içinde, öneriye ilişkin olduğu kadar sunucuya ilişkin tutumlar da uyanmaktadır. Öneri başarılı olursa, yeni tutumlar sonucunun amacının anlaşılmasını da içermekte ve ancak böylece sunucunun istediği yönde bir eyleme geçiş yaratabilmekte veya yaratamamaktadır. Dolaysız öneriye verilecek örnek, okuyucunun gazetede gördüğü bir reklâma bakmasıdır. Okuyucu burada bilir ki, reklâmdaki fotoğrafın güzel oluşu, alttaki metnin kusursuzluğu tek bir amaç için düzenlenmiştir: okuyucuya bir otomobil satın aldırma. Okuyucu bu reklâmın belirli bir reklâmcı tarafından yapılan özel bir öneri olduğunu bildiği için, bu konuda, büyük bir olasılıkla kişisel bir karar alma olanağı bulabilecektir. Okuyucunun mesajı kabul etmesi, kısmen okuyucunun reklâmcıya karşı varolan tutumlarına bağlı olacaktır. Dolaylı öneride ise sunumcunun amacı örtülü tutulmaktadır. Bu durumda sunumcu kendi ürününü dolaysız olarak salık vermemekte; diğer yollardan yararlanarak ürününden yana tutumlar oluşturmaktadır. Örneğin tıbbi araştırmalar yapan

bir kurumun yetkililerince "X" ilacı bir terbiyelenmiş tütünlerin akciğer kanseri yapmadığının anlaşıldığı yolunda bir açıklama yayınlatılmaktadır. Eğer burada, tıbbi araştırmayı yapan kurumun bu araştırmada "X" ilacı ile terbiyelenmiş tütün kullanan sigara şirketinden maddi yardım gördüğü açıkça ifade edilmemiş ise, *dolaylı öneri* sözkonusudur. Doob, sunucunun kişiliği ve amacı örtülü kaldığı için, dolaylı önerinin toplum için daha tehlikeli olduğunu; ayrıca, dolaysız öneriye oranla, sunucunun amaçlarının sağlanması bakımından daha yüksek bir başarı şansı taşıdığını ileri sürmektedir.

İşte bu noktadır ki Doob, propaganda konusunda yaygın olan görüşlerden farklı bir görüşe varmaktadır. Doob'un ısrarla üzerinde durduğu bu görüş, propagandanın sorunun özünün "tutumları öneri aracılığı ile kontrol altına almak" olduğudur.¹¹ Önerinin amaçlı olması gerektiği, veya hatta anlaşılması gerektiği propaganda konusu açısından temel sorun değildir :

Bireyler öneri kullanımı aracılığı ile kontrol ediliyorlarsa... propagandacı bireyler üzerinde kontrol kurmak istemiş de olsa istememiş de olsa, o zaman bu süreç propagandadır. Diğer yandan, aynı bireylerin öneri yardımı ile olduğu gibi, önerinin yardımı olmaksızın da, aynı sonuç yaratılacak şekilde etkilenmeleri mümkün oluyorsa, eğitici ne niyet taşırırsa taşısın, bu durumda bir eğitim süreci söz konusudur.¹²

Bu görüş Doob'un ereklenmemiş propaganda teorisinin özüdür. Doob'un bu teorisi propagandayı psikolojik bir olgu durumuna indirgeyerek, propagandayı ahlâkla ya da duygusal içeriklerle ilintili bir olgu olarak görenlerden ayrılmaktadır. Bu bakımdan, Doob'un teorisi birçok güçlükler ve karşı çıkılması gereken zayıf yanlar taşımakla beraber, konunun objektif olarak incelenmesi açısından ileriye doğru atılmış önemli bir adım sayılmalıdır.

Açıktır ki, "öneri" süreci hakkında bilgisi olmayan ya da propaganda yapma istek ve bilincinden yoksun pekçok kimseler aracılığı ile de propaganda materyalleri yayılabilmektedir. Örneğin Hitler rejimi sırasında iyi niyetli ve yaptığının bilincinde olmayan pekçok ilkökul öğretmeni öğrencilerine saldırgan milliyetçiliği bu tür propagandalarıyla aşılamlışlardır. Fakat bu durumdaki propaganda-

¹¹ *Ibid*, s. 80.

¹² L.W. Doob, *Public Opinion and Propaganda* (London: Cresset, 1949), özellikle Bölüm XI.

nın propaganda amacı taşımaksızın yapıldığını sanmak yanlıştır. Bütün bir Nazi propagandası, çoğu kez kitlelere bilinçsiz ve kasıtsız kimselerin yardımıyla ulaşılmış bile olsa, tamamen savaşçı bir milliyetçilik ve saldırganlık havası yaratmayı hedef alanların eseri olmuştur. Okullardaki öğretmenlerin yaptığını bilmeyen propagandacılar olduğu da söylenemez; öğretmenler siyasal önderlerinin bilinçli propagandalarında kullanılmış bilinçsiz propaganda araçları olmuşlardır. Propaganda, yaptıklarının anlamını fark edemeyen kimseler aracılığı ile yaygınlaştırılmakta olsa bile, bilinçli ve erekli bir eylem sayılmalıdır.

Doob'un görüşüne ters olarak, burada ileri sürülen tez propaganda ile eğitim arasındaki farklılığın özünde propagandanın amaçlı ve bilinçli bir edim niteliğinin bulunmasıdır. Kime ve nerede öğretilirse öğretilsin, birilerine birşeyler öğretiliyorsa ve bu öğretilenler bunların propaganda işlevlerinin bilincinde olan kimselerce yayılıyorsa —ancak bu koşul altında— propaganda sayılmalıdırlar.

Propagandanın amacı tutumları etkileyerek eylemleri denetim altına almaktır. Propagandacı elindeki materyali başkalarına kendisince bilinen yeni bir gerçeği duyurabilmek ya da başkalarını kandırmaktan hissedilen zevki duymak için değil, fakat başkalarına elindeki materyali duyurarak o'nların kendisinin istediği gibi edim ve eylemde bulunmasını sağlamak ümidiyle yayar. Öğretilen konunun kullanılabilmeğe hazır bilgilerle sınırlı olduğu eğitimin tersine, propaagndada kullanılan materyalin ve tekniklerin sınırlı olması söz konusu değildir. Bunlar, sonuç almakta taşıdığı sanılan etkinliklerine göre seçilmesi olanaklı değişkenlerdir.

Kısacası, birşeyin propaganda olması için öğrettiği şeyin gerçek olmasına ya da gerçek olmasına inanılmasına gerek yoktur. Birşeyin propaganda olması için, propagandanın öğrettiği materyali kullanan propagandacıda okuyucu, dinleyici veya seyirci kitlelerde belirli durumlara karşı o'nun istediği yönde tutum değişikliği yaratma amaç ve isteğinin bulunması yeterlidir. Propagandada öğretilen şeyler ile, bu şeyler aracılığı ile etkide bulunulmak istenen tutumlar arasındaki ilişki açık ve görülgün olabileceği gibi, saklı da olabilir.

Doob'un açıklamalarına dönecek olursak: O'na göre önerinin ortaya çıkışı bir uyarı-durumunun "önceden-varolan, ilgili tutumların uyandırılması sonunda" yeni tutumların yaratılmasını sağlayacak şekilde güdülenmesine bağlıdır. Buna ters olarak da, önce-

den-varolan tutumlarda bir değişiklik olmaksızın uyarı-durumun salt algılanmasının sonunda ise, *öneri* oluşmamaktadır. Böylece, Doob'un da kabul ettiği gibi, herhangi bir kimse için *öneri* (dolayısıyla, *propaganda* olan) bir şeyin, bir başkası için de propaganda olması gerekmez. Bu bölümde daha önce verilen Yahudi-karşıtı risâle örneği bu noktayı açıklamakta yararlı olacaktır. Böyle bir anlayışla propagandanın bilimsel bir açıdan belirlenmesi veya derecesinin anlaşılması çok güçtür. Bunun nedeni ise, sorunu bilimsel bir görüşle inceleyen bir gözlemcinin, propagandayı algılayan bütün bireylerdeki tutumların değişip değişmediklerini sınaması gerektiğidir. Doob'un görüşüne karşı yapılacak en ciddi itiraz da bu açıdan yapılmaktadır. Propagandanın varlığını anlamadaki ölçü "*öneri*" olmakta; "*önerinin*" ardında ise, "*önceden-varolan tutumların uyarıdırılması*" bulunmakta; fakat sözü edilen, önceden-varolan tutumların bulunup bulunmadığını kestirebilmek için ne yapılabileceği; ya da bu tutumlarda bir değişme olmuşsa; bunun ne çapta bir değişme olduğunu anlamak için, bazı belli bireyler üzerinde yapılabilecek klinik gözlemleri dışında, nasıl bir ölçü kullanılabileceği ve nasıl bir yol izlenebileceği belirtilmemektedir. Doob'un teorisine dayanarak ne Einstein'ın görecelik Teorisinin eğitim olduğunu, ne de Hitler'in söylevlerinin propaganda olduğunu ileri sürmek olanağı vardır. Çünkü herşey bunları algılayan bireye dayandırılmış bulunmaktadır. Doob'un propagandayı tanımlaması, sonunda, tek tek bireylerin alımcı olarak taşıdıkları yeterliğe bağlı olmaktadır. Diğer bir deyişle, propaganda bir süreç olarak değil, bir etki, bir sonuç olarak tanımlanmış olmaktadır.

Daha sonraki yazılarında Doob kendi görüşünce de psikoloji açısından yetersiz kaldığı için, propaganda ile eğitimi ayırt etmekte "*öneri*" kavramını terketmiştir.¹³ Doob, bu kavramın *öneri ile* veya *önerisiz* olarak öğrenilen ve eğitim süreci içinde yeralmayan toplumsal adetlerin ve göreneklerin varlığını içermediğini ifade etmiştir. Ancak, bu sonraki yazılarında Doob'un ileri sürdüğü yeni görüş propagandada dağıtılan materyalin ahlâkçı bir açıdan değerlendirilmesine dayandığı için, ilk görüşünden daha da başarısız kalmıştır. Eğitim, o'na göre, "... bilimsel sayılan veya belirli bir dönemde kalıcı değer taşıdığı kabul edilen bilgi ve becerilerin yazandırılması";¹⁴ propaganda ise "... bilimsel sayılmayan ya da belirli bir dönemde toplumda kalıcı değerde bulunmayan amaçlar için bireyle-

¹³ Ibid, s. 237.

¹⁴ Ibid, s. 240.

rin davranışları üzerinde denetim ve hakimiyet kurmak veya kişiliklerini etkilemek girişimidir.”¹⁵

Bu sınıflamaya yapılabilecek en önemli itiraz, bu sınıflamanın, genellikle propaganda olarak kabul edilen faaliyetlerin tamamını kapsayamadığı şeklindedir. Gerçekten, propagandacı sayılabilecek ve kendisi de propaganda faaliyeti ile meşgul olduğunu kabul eden biri bilimsel nitelikte bir materyali *propagandacıya göre* propaganda sayılabilecek bir amaçla kullanmaktaysa, bu durumda, bilimsel bir materyalin dağıtılması ve yayılmasının da propaganda olarak kabul edilmesi gerektiği ileri sürülebilir. Bu tür materyallerin propagandacılar tarafından kullanılması Birinci Dünya Savaşı yıllarındaki propaganda etkinliklerinin incelenmesi ile açıkça ortaya çıkmaktadır. Günümüz propaganda tekniklerinin incelenmesi de bunun çok yaygın olduğunu göstermektedir. Örneğin, Birleşik Amerika Devletleri de, Amerika'nın teknik ve sınaî alandaki üstünlüğünden propaganda alanında ne denli geniş bir şekilde yararlanabileceğini anlamış bulunmaktadır. Sovyetler Birliği'ne karşı Birleşik Amerika'nın itibarını yüksek göstermeyi de içeren *Soğuk Savaşın* bir uygulaması olarak, Amerikan hükümetleri özel şirketlerin yabancı ülkelerin basın organlarında yayınlattıkları ticari reklamlara malî yardımda bulunmayı; gelişmekte olan ülkelere Amerikan patentlerinin kullanılması için yardımda bulunmayı ve kolaylık göstermeyi, eğitim ve teknik alanlarda uzman ve teknisyen göndermeyi, uzmanlık çalışmaları için bu ülkelerden ilgilileri ülkeye getirtmeyi gelenek haline getirmişlerdir.¹⁶ Bütün bunlar, kısmen, propagandacılar propaganda yapmak için kullandıklarından dolayı, propagandacıdır. Fakat Doob'un görüşüne göre değerlendirme yapılacak olursa, patent kullanımına izin vermek “bilimsel sayılabilecek nitelikte bilgi aktarmak” diye; yani, eğitim olarak kabul edilmek gerekecektir.

Doob'un kendisi bile, yaptığı tanımlamanın kendisinin bütün bir savını ne denli geçersizleştirdiğini kavramış değil. Ama gene de tanımlamasının bazı güçlükleri aşmadığını kabul etmektedir. Örneğin, eğitim ile propaganda arasındaki farklılığı belirlemek isteyen bir kimsenin “bir konu hakkındaki bilimsel bilginin o konudaki durumu” iyi değerlendirmesi gerektiğini belirten Doob bu durumdaki

¹⁵ R.E. Summers (ed.), *America's Weapons of Psychological Warfare*, (The Reference Shelf 23 (4)), (New York: Wilson, 1951), s. 39.

¹⁶ Çeşitli sınıflamalar hakkında yapılmış bir araştırma için C.H. Woody'nin “Propaganda and Education” yazısı, Bk: *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, CLXXIX. (1935), ss. 227-239. Bazıları sonraki sayfalarda da tartışılıyor.

bir kimsenin düşünürken "kullandığı değer yargısının farkında olması gerektiğini" belirtmektedir. Lysenko'nun teorilerine karşı *genetic* bilginlerinin ısı ve ihtiras kavramları ile itirazda buldukları, veya fizikçilerin *quantum* teorisinde determinizmin olamayacağı yönünde felsefe yapabildikleri hatırlanacak olursa, bu gibi hissi olmayan ve laboratuvarlarda deneyleri yapılabilecek konularda bile neyin bilimsel bilgi sayılabileceği sorunu çözümlenememişken, siyaset ve ekonomi gibi konularda bilimsel bilgi sayılabilecek bilgileri belirlemede herkes için geçerli ölçülerin bulunabilmesinin zor, hatta olanaksız olduğu açıktır. *Doob propagandayı tanımlarken öyle kavramlar kullanmıştır ki, bu kavramların kendileri bile açık bir anlama sahip değildir. Bu bakımdan, yaptığı tanımın yeterli bulunabilmesi söz konusu olamaz.*

Propaganda ile eğitim arasındaki farklılığın ne olduğunu belirtebilmek için daha başka pekçok tanımlar da yapılmıştır. Bunların bazıları siyasal bilimcilerin kendi savları içinde ve onlara denk düşecek şekilde yapılmış ve bu nedenle de genel olarak mantık açısından geçerlilikten yoksun kalmışsa da günümüzde toplumumuzda yaygın siyasal ve sosyal düşüncelerin ürünleri oldukları için bu tanımlar üzerinde de durmamız gerekmektedir.¹⁷

"Eğitim çocukluk dönemindeki bireylerin yetiştirilmesiyle, propaganda ise yetişkinlerin davranışlarının etkilenmesi ile ilgilidir,"¹⁸ ya da "eğitim okulda öğretilenlerle, propaganda ise okulun dışında öğretilenlerle ilgilidir"¹⁹ şeklindeki afaki görüşler o denli yetersizdir ki bunların eleştirilmesine bile gerek yoktur. Fakat bazılarının geçersizliğini belirtebilmek için üzerinde durmak gerekmektedir.

Siyaset pratiğinde "propaganda" kavramının karşı tarafın "sah-tecililiğini" ve "yalancılığını" ifade etmek için kullanılması çok yaygın olduğundan, bu aşağılayıcı kullanışı yüzünden halkın gözünde "propaganda" ile "yalanın" aynı şeyler gibi görünmesi önlenememektedir. Fakat objektif bir değerlendirme yapılırsa propaganda ile yalananın aynı şeyler olmadığı hemen anlaşılacaktır. Savaş döneminin propaganda faaliyetleri üzerinde yapılan incelemeler göstermiştir ki, propaganda olarak yapılan ve karşı tarafın yalanları sayılması gereken pekçok şeyler reddi mümkün olmayan gerçeklerden oluşmuşlardır. Diğer yandan şunu da kabul etmek gerekir ki, herkesin eğitim diye kabul etmekte olduğu şeylerin pekçoğunun reddi mümkün

¹⁷ *Ibid.*, s. 227.

¹⁸ *Ibid.*, s. 228.

¹⁹ *Ibid.*, s. 231.

olmayan gerçeklere dayandıkları söylenemez. Özellikle, tarih ve ekonomi gibi sosyal bilimlerde ve siyasal bilimlerde yapılan tartışmalar ve öğretimde olguların kişisel bir yorumlamadan geçerek anlamlandırılması önlenememektedir. Örneğin, uygulamanın da gösterdiği gibi, Amerikan Yüksek Mahkemesi veya İngiliz "welfare state" anlayışı gibi konuların derslerde işlenişinde öznel değerlendirmelerden uzak kalmak mümkün olamamaktadır. Tarih öğretimi de, büyük ölçüde, olguların açıklanmasına ve değerlendirilmesine dayanmakta; kendileri de tartışma götürür nitelikteki bu değerlendirme ve açıklamalar tarihteki olguların kaydı ya da izi bulunamayan nedenleri yahut da sonuçları için yürütülen usavurmalara ve varılan yargılara temel teşkil etmektedir. "Olgu" ve "tasarlanım" gibi terimler de, bu nedenle, herhangi bir tanımda kullanılabilecek anlam açıklığından ve kesinliğinden yoksundurlar.

Propaganda ile eğitimi birbirinden ayırmakta, bazan, öğretilen şeyin ne olduğu değil de öğretme işleminin ereği kriter olarak kullanılmaktadır. Bu durumda eğitim "tüm topluma hizmet etmek saiki ile yapılan;" buna karşılık, propaganda "belirli bir grubun çıkarlarının sağlamak için yapılan" bir öğretme sayılmaktadır. Bu tür bir yorumlama, herbiri şu ya da bu grubun değil de tüm bir toplumun yararı için hareket ettiğini ileri süren rakip propagandacıların gerçek durumlarını dikkatle değerlendirecek uyanıklıkta bulunmayı gerektirmektedir. Kaldı ki, "toplumun yararına" terimi de nesnel (objektif) bir terim değil, herkesin kendisine göre değerlendirebileceği bir terimdir. Locke ve Rousseau'dan beri bilinen bir gerçektir ki, toplum yararına denen şeyler, pratikte, sayıca çokluğu teşkil edenlerin ya da kendisini çoğunluk olarak kabul ettirmesini bilen bir azınlığın yararına olmaktadır. "Toplum yararına" ölçüsüne dayanarak yapılacak bir sınıflamada, açıktır ki, "bizden yana" olanların eğitim; "karşı taraftan" yana olan fikir ve kanaatların yayılması ise propaganda sayılması gerekecektir. *Gerçekten, en iyi-niyetli kimselerin bile, kendilerine karşı olan grupların görüşlerinde toplum yararına birşeyler bulunduğu inanabilmesi güç olmaktadır. Böyle bir tanımlama biçimi, sonunda, bizden olmayan herşeyin propaganda sayılması gerektiği gibi bir saçmalığa dönüşmektedir.*

İncelenmesi gereken son bir görüş de eğitimin toplumsal kalıtımı (social inheritance: önceki kuşaklardan aktarılan bilgi, inanç, görenek, beceriler bütünü) kuşaklara aktarmak; propagandanın ise, sosyal sistemi değiştirmek amacıyla insanlara bir doktrin aşılama için yapıldığını ileri sürenlerinkidir. Toplum yararını bir kriter olarak kullanan tez gibi, bu görüşün zayıf yanı da bu ikisi arasında

kesin ve herkesin kabul edebileceği bir sınırın bulunmamasıdır. *Toplumsal kalıtım* diye gösterilebilecek değişmez ve durağan olgu kümeleri ve teoriler mevcut olmadığına göre, sosyal kalıtımımızın kapsamında ne gibi öğelerin bulunduğunu ve bunlardan hangilerinin gelecek kuşaklara aktarılması gerektiğini kararlaştırabilmek gerekmektedir. Ne var ki, böyle bir konuda insanların bir görüş birliğine varabileceklerini ummak budalalık olacaktır. Toplumumuz durgun ve kısır bir toplum olmadığı sürece, toplumumuzun gelişmesi için yapılan her programın bazı bakımlardan geçmiş günlere borçlu olacağı, bunun için de sosyal kalıtımın bir kısmı sayılması gerekeceği açıktır. Örneğin, günümüzde hem Sosyalist hem de Kapitalist toplumlar Liberal-sınai devrimin mirasçısı olduklarını söyleyebilmektedirler. Aynı şey Rodezya'daki beyaz sömürgeciler ile, Nijerya'daki Afrika milliyetçileri için de söz konusudur. Hatta öyle ki, toplumsal kalıtımımızın bazı yanlarını değiştirmeksizin sürdürmek isteyenler ile, bunları değiştirmek isteyenler arasında bile tam bir sınırlama yapılamamaktadır. Bunun nedeni, en tutucu topluluklarda bile *status quo*'nun gerçek hayatta varlığı söz konusu edilebilecek bir olgu değil, sadece bir slogan oluşudur. Burada sorun durgunluğa karşı değişim sorunu değil, değişimin yönü sorunudur.

"Toplum yararı" ve "toplumsal kalıtımın aktarılması" ilk bakışta hoş gözükten ifadelerdir. Bunlar, iyi ve olması gereken biçimdeki kendi toplum anlayışımızı ifade edecek biçimde kendimize uydurmamız kolay ibarelerdir. Neyi ve nasıl istiyorsak o'nları ifade ettirmekte kullanabileceğimiz ibarelerdir bunlar. Fakat bilimsel bir tanım için temel alınabilecek değerde değildirler; çünkü, belirlenmiş durumlara uygulanmak istendiğinde bunların, insanların kendi kafalarının derinliklerinde saklı önyargılarını gözlerden saklamak için kullanılan parlak "kostümler" oldukları ortaya çıkmaktadır.

Ele aldığım bu ve bu kadar önemli olmayan diğer teorilerin incelenmesinden, eğitim ile propaganda arasındaki ilişki hakkında bazı sonuçlara varmak mümkün görünmektedir. Çok yaygın olan inancın tersine, bu iki olgu birbirinden sanıldığı kadar farklı değerlerdir. Gerçi herikisinin de kendilerine özgü özellikleri vardır. Ama herikisinde de aynı olan edimler ve işlemler de çoktur.

Nitekim, normal olarak bir propagandacı için önemli olan, eğitimin temel edimleri sayılması gereken becerilerin öğretilmesi ya da Lasswell'in deyişiyle "tekniklerin kazandırılması" değilse de, bu konuda eğitimci ile propagandacı arasında çok katı bir ayırım yapmak da doğru değildir. Propagandacı da herhangi bir eğitim prog-

ramının hemen her yanından propaganda amacıyla yararlanabilir. Diğer yandan, lehte tutumlar yaratmak amacıyla, doğru bilinen ama gerçekte birgün yanlışlığı ortaya çıkacak şeylerin bilinçsiz bir şekilde yayılmasına aracılık yapan bir eğitim programı da, aslında, eğitimin özüne ters düşecektir. Çünkü böyle bir sözde eğitimin "gerçek" olduğunu söyleyerek öğrettiği şeylerin gerçekliği, yaşanan o dönemin "bilgileriyle" belirlenmiş kısıtlı bir gerçekliktir. Eğitimde kriterin objektif bir gerçeğe dayanmanın olacağı da söylenemez. Çünkü buradaki "gerçek" de ancak belirli bir kanaatin sahiplerince "gerçek" olma niteliği taşımaktadır. Bu bakımdan geçit törenleri, üniformalar, posta pulları, askeri araçlar vb. gibi propaganda örnekleri, okul yaşantısına birçok yönlerden olumlu katkıda buldukları hâlde, bunların eğitimle bağlantıları ancak dolaylı bir bağlantı niteliğindedir.

Fakat bu uç durumlar arasında yeralan ve hem eğitim hem de propaganda faaliyetlerinin kapsamına girebilen pek çok faaliyetler vardır. Propaganda, kanaatları etkileme girişimidir; ama pek çok alanlardaki eğitim, özellikle sosyal bilimlerdeki eğitim olguların kendilerinden çok olgular hakkındaki kanaatlarla ilgilenmektedir. Bu eğitim konularının kendi doğaları gereği iş değer yargılarının ifade edilmesinde düğümlenmekte; sonuç olarak da, bu konuları öğretenler eğitime ayırdıkları zamanın büyük kısmını, başkalarını kendi yorumlarının doğruluğuna inandırmak için harcamaktadırlar. Bu tür kanaat açıklamaları, bunların objektif bir gerçeklik ve değerlilik taşıdığına inanan iyi niyetli kimseler tarafından yapılıyorsa, eğitim sayılmaktadır. Fakat bu kanaat açıklamaları, bunları duyanlarda kendilerine karşı belirli tutumların uyanması amacıyla yapılıyorsa, aynı zamanda propaganda niteliği de kazanmış olmaktadır. Siyaset ve iktidat dersi verenlerin çoğunda bu istek veya amaç az veya çok vardır. Fakat bunun böyle olması bu kimselerin içtenlikle eğitim yapmakta olmalarını kabüle engel sayılmamalıdır.

Bu konudaki görüş birkaç cümle ile özetlenebilir. Eğer öğretilen materyalin gerçekliğe sahip olmadığı [doğru olmadığı] biliniyor, ama bilinçli olarak kandırma amacıyla bu materyalin öğretilmesine devam olunuyorsa bu eğitim değil, propagandadır. Diğer yandan, eğer öğretilen materyalin doğru olduğuna dair dürüstce bir inanç taşıyorsa bu işlemin eğitim, propaganda veya herikisi birden sayılması mümkündür. Gerçek [doğru] olup olmamasından apayrı olarak, eğer amaç bireylerin tutumlarını belirli yönde etkilemekse, işlem propagandadır. Kısacası, propagandayı eğitimden ayırmak için yapılan açıklamaların çoğu, bu iki olgunun farklı kriterlerle ölçül-

mesi gerektiğini kavrayamadıkları için başarısız kalmışlardır. Eğitimde ayrıştırıcı standard, sağlanabilen [bilinen] bilgilerin ışığında, eldeki materyalin *gerçek* ve *doğru* olup olmamasıdır. Propagandadaki standard ise, öğretilen materyalin ne amaç için öğretilmekte olması; bir diğer deyişle, öğretimdeki amaçtır. Amaç, doğru ve gerçek olduğuna inanılan bir materyalin öğretilmesi işlemi ile sağlandığı takdirde ise, işlem aynı anda hem eğitim hem de propaganda-
dır.

GERÇEK VE USSALLIK

Propagandanın aslında aldatıcı ve irrasyonel bir ikna biçimi olduğuna dair halk arasında yaygın olan inancın kökeni, herşeyden önce, "bizim" enformasyon ve haber servislerimizin "o'nların" servislerinden farklı olduğunu; "o'nlarınkinin" propaganda ve düzmece haber ve enformasyon yaymakla görevli kuruluşlar olduğunu benimseten *siyaset pratiklerimize* dayanmaktadır. *Soruna yakından bakıldığında "bizimki" ile, "o'nlarınki" dediklerimiz arasında farklılıklardan çok benzerlikler olduğunu görsek bile, bu yanlış inancımızdan vazgeçememekteyiz. Propaganda ile aldatmacayı ve irrasyonel iknayı aynı şey sayan bu yaygın görüşün ikinci nedeni ise, Birinci Dünya Savaşından sonraki yıllarda, "bizim tarafın" da gerek düşmanlarımızı gerekse dostlarımızı irrasyonel güdümlenmelerle yönetmek için ne denli yalanlara başvurduğunun anlaşılması üzerine, insanların moral ve entellektüel bir şok geçirmiş bulunmalarıdır.*

James Bryce gibi parlak bir bilim adamı bile, 1921 yılında yazdığı yazılarında savaş propagandacılarına karşı girişilen eleştirileri kayıtsız ve şartsız kabullenmiş; propagandayı "aldatmaca ve gerçek-olmayan şeylerin basılı haberleşme araçlarıyla yayınlamak ve şiddete ortam hazırlamak"²⁰ diye tanımlanmıştır. Bryce'in anlayışına göre, propaganda, esas itibarıyla, ahlâksızca birşeydir ve gücünü kamuoyunun zayıflığından almaktadır. Propaganda çok uzmanlaşmış bir sanat hâlini aldığından bu işle uğraşanlar *aldatıcı ve tekyanlı bildirimlerle, gerçekleri kendi başlarına bulma yeteneğinden veya isteğinden yoksun kimseleri "aldamakta* ve kötü yöne yöneltebilmektedirler.

Propagandanın yalancılıkla eş olduğu görüşü, önce, 1918'i izleyen yıllarda ortaya çıkmışsa da, savaş günlerinin propagandacılarının neleri kullandıkları dikkatle incelendiğinde, propaganda ile yalancı-

²⁰ J. Bryce, *Modern Democracies* (New York: Macmillan, 1921), II, s. 505.

lık arasındaki aynılığın fazla özsel olmadığı anlaşılmaktadır. Üçüncü Bölümde savaş propagandası incelendiğinde görülecektir ki, her propagandanın yalan ile eş tutulması doğru birşey olamaz. Elbette ki, propagandacılar yalan söyler. En azından, baskı altında oldukları için, *doğrudan* çok yalan söylerler. Propagandacıların çalışmalarının toplam olarak yarattıkları sonuç da bir kandırmadır. Gerçeklere dyandıklarında, doğru söylediklerinde ise, yarım kalan bu doğrulukları, halkın, hedef-kitlelerin önünde doğru söyleyebilecekleri izlenimini yaratma amacını taşımaktadır. *Propagandacıların yaptıkları propaganda, ilke olarak, ne sadece gerçeğe ne de sadece yalana değil, fakat ikna edici olma amacına dayanmaktadır.* Propagandacılar gerçekleri olduğu kadar yalanları da kullanmaya hazırdırlar. Hangisini kullanacakları kitleyi ikna etmekte hangisinin daha etkin olacağı konusunda varacakları karara bağlıdır. Propaganda ile yalanı eştutarak bu noktayı görmezlikten gelen bir propaganda teorisinin, bu nedenle, yetersiz sayılması gerekir.

Propaganda ile yalanı aynı şey sayan kolaya kaçma eğiliminin sonucu olan bu görüşü karşılamak için izlenecek en etkin yol gerçekte propagandacının neler yaptığını göstermektedir. Fakat olgulara başvurma yoluna gitmeksizin de burada incelenmesi gereken daha teorik nitelikte bazı görüşler bulunmaktadır.

Bir kere, herşeyden önce, neyin yalan, neyin doğru olduğunu söylemek zordur. Çünkü gerçeğe dayanmayan sözlerin hepsi yalan olmayabilir. Bir şeyin yalan olması için temel üç öge şarttır : materyal gerçeklikten yoksun olmalı; bunun gerçeklikten yoksun olduğu biliniyor olmalı; ve kandırmak için söyleniyor olmalı. Fakat yanyana geldiğinde yalanı oluşturan bu üç ögenin pratikte farkedilmesi çok güçtür. Birçok halde insan masumca söylenen gerçek dışı şeylerle kasten ve bilinçli olarak söylenen yalanları birbirinden ayıramaz.

Bu tür belirsizliğin yaratacağı sonuçlar II. Dünya Savaşındaki hava muharebelerine ilişkin haberlerde açıkça görülmüştür. 1940 yılı Temmuz ayından Ocak ayına kadar süren İngiltere Savaşında İngiliz radyo ve basını, İngiliz hava savunması makamlarınca doğruluğu resmen kabul edilen Alman uçak kayıplarını ayrıntılı olarak vermişler; fakat sonradan bunların doğru olmadığı; Alman kayıplarının çok aşırı ölçüde abartılmış olduğu anlaşılmıştır. Buradaki gerçek-dışılık, düşman uçağı tahrip ettiğini söyleyen kimselerin beyanlarının resmi ifadelerde temel alınmasından oluşmuştur. Avcı uçağı pilotlarından ikisi-üçü aynı Alman uçağı için ayrı ayrı bildirimde bulunmuşlar; Avcı Filosu komutanının havada vurduğu bir uçak

aşağıdaki uçak-savar birliklerince de bildirim konusu olmuş; vuruldu, denize düştü denen bir uçağın denizi aşip Fransa'ya gitmiş olabileceği, tamir görüp tekrar görevlendirilebileceği unutulmuştur. Bütün bu gerçek-dışı bildirimlerin toplam etkisi çok şaşkıncı olmuştur. Sadece 1940 Eylül'ünde İngilizler 1.108 Alman uçağı düşürdüklerini açıklamışlardır. Daha sonra kontrol edilen Alman kayıtları bu rakamın sadece 582 olduğunu göstermiştir. Dört aylık tüm savaş döneminde İngilizler 2.698 uçak düşürdüklerini söylemişlerdir. Almanların kaybı gerçekte 1.733 uçak olmuştur.²¹

Bu örnekten anlaşıldığı gibi, bütün bu rakamları veren sorumluların yalancılık yaptıklarını söyleyemeyiz. Çünkü büyük oranda bu insanlar da iyi niyetle ve söylediklerinin doğruluğuna inanarak bu rakamları vermişlerdir. Ne var ki, İngilizler Almanya'yı uçaklarla bomzalamaya başladıktan ve İngiliz hava hücumları yoğunlaştıktan sonra, aynı nedenlerle Almanlar İngilizlerin uçak kayıpları hakkında gerçeğin çok üstünde rakamlar vermeye başladıklarında, bu kere de İngilizler Almanları yalancılıkla suçlamışlardır. Burada görülen eğilim, "biz" birşey söylediğimizde söylediğimiz şeyin gerçek-dışı olduğu anlaşılırsa bizimkinin iyi niyetle yapılmış bir yanlışlık; fakat "karşımızdaki" aynı şeyi yaparsa o'nun yaptığının yalan sayılması şeklindedir.²²

Bu konuda bir başka güçlük bir yalanın, dolayısıyla propagandanın tanınıp fark edilmesi için, mesajı alan taraftaki insanların bu konuda bilgi sahibi olmaları gerektiğidir. Birçok durumlarda, bilinçli olarak söylenen yalanlar da dahil olmak üzere, gerçek-dışı bildirimlerin hiçbir dirençle karşılaşmadıkları, bu tür bildirimlerde mesajı alan kimselerin mesajı gönderen taraf kadar bilgi sahibi olmamaları yüzünden, bunların propaganda niteliği taşımalarının anlaşılmadığı bilinmektedir.

İster savaş zamanında isterse barış zamanındaki ülke-içi siyasal hayattaki faaliyetleri itibariyle olsun, propagandacıların neler yaptıkları incelendiğinde, çoğu propagandacının hiç değilse zaman zaman doğru söylediği anlaşılmaktadır. Fakat bunun da dışında, yukarıda tartışılan sorunlar da göstermektedir ki, "gerçek" ve "irrasyonellik" gibi kavramların pratikteki kullanım güclüğü propaganda ile eğitimi birbirinden ayırt etmekte bu terimleri geçersiz kılmaktadır.

²¹ W. S. Churchill, *Their Finest Hour* (Boston: Houghton and Mifflin, 1949), s. 339.

²² F.E. Lumley, "The Nature of Propaganda," *Sociology and Social Research*, XIII (1929), ss. 315324.

ÖRTÜLÜ PROPAGANDA

Propaganda konusunda en önemli yazarlardan olan F.E. Lumley incelemelerinde propagandanın bir tehlike ve tehdit olduğu inancını kendisine temel almıştır. Bu bakımdan da, ancak bu görüşünü haklı kılan propaganda teorilerini değerli bulmak durumunda kalmıştır. Bununla beraber, kendi öznelci tutumuna rağmen, propaganda konusunda en yaygın düşünceleri en tutarlı şekilde biraraya getirip sunan da Lumley olmuştur.

Lumley, Birinci Dünya Savaşının propaganda konusunda geçirdiği tecrübelerin yolaçtığı olguları ve bunların sonuçlarını 1920'lerde incelemeye; propagandayı sosyolojik ve psikolojik açıdan açıklamaya çalışan az sayıdaki öncülerdendir. Lumley'in ilk tanımlaması 1929²³ yılında olmuş; propagandanın "sonul yargıların yaygınlaştırılmasından" ne fazla ne de noksan birşey olmadığını ileri sürmüştür. Bu tanım son derece yoruma açıktır. Ama olmakla belirli bir propaganda türü için en uygun tanım da bu tanım olmuştur.

Yeniden propagandanın doğası ile ilgili incelemelerine başladığında, *The Propaganda Menace*²⁴ adlı eserinde Lumley tanımının propagandanın en önemli özelliklerinden birini dile getirdiğini, fakat bu kavramın anlaşılması için gereken diğer birçok özellikleri dile getiremediğini; bu bakımdan da, tanımının yetersiz kaldığını farketmiştir. Bunun üzerine yaptığı ikinci tanım ise, ilk tanımından da bulanık bir tanım olmuştur :

Propaganda, (1) kökeninin veya kaynağının; (2) arkasındaki çıkarların; (3) işlendiği yöntemlerin; (4) yaydığı muhtevanın; (5) kitlede yarattığı etkilerin; bunlardan birinin, ikisinin, üçünün, dördünün, veya beşinin saklı tutulması ile tanımlanabilecek bir işlemdir.

Bu tanımlama ve bu tanımlamasını ispatlamak için kullandığı deliller Lumley için bir mantık tuzağı olmuştur. İleri sürdüğü varsayımdan (propaganda örtülü yollarla yaratılan etkidir) çıkardığı belirli özellikler (yukarda belirtilen saklı özellikler), sonunda, ilk varsayımı ispatlayan olguların saptanmasında kullanılmakta; varsayımı ispatlamaya yaramaktadır.

Lumley için propagandayı yapanın kendi kişiliğini sakladığı propaganda türü için örnek vermek güç olmamıştır. Fakat propagan-

²³ Yayın tarihi 1933.

²⁴ F. E. Lumley, *The Propaganda Menace* (New York: Century, 1933), s. 44.

dada kökenin ve propağandayı yapanın kişiliğinin saklı tutulması neyin propaganda olduğunu saptamakta esas alınacak olursa, nerede birşey söylenmiş, ama bunu ilk söyleyenin kim olduğu unutulmuşsa orada bir propaganda işleminin bulunduğunu kabul etmek gerekeceği açıktır. Bu durumda ise, bütün atasözlerinin, sahibi unutulmuş şiirlerin, halk türkülerinin çoğunun ve ilâhilerden güzel olanlarının, nerede ve ne için kullanılmış olurlarsa olsun, sahipleri belli olmadığı için propaganda sayılmaları gerekecektir. Böyle bir propaganda tanımı propaganda kavramını anlatan sıradan tanımlardan bile öylesine uzaktır ki, üzerinde fazla durulmaya bile değmez.

Buradaki bulanıklık, belki de, bir dereceye kadar Lumley'in "saklı tutulmak" deyiminin belirli bir anlam taşımasından meydana gelmektedir. Eğer Lumley'in bu terimle propagandanın alanı daralacak; ancak, kendini gizlemesini bilen ve becerikli kimselerin yaptığı propağandalar propaganda sayılacaktır. Bunlar, görünüşteki kökenleri hiç kuşku yaratmayan; bu nedenle de propaganda oldukları hiçbir zaman anlaşılmayan türden propağandalardır.

Aslında Lumley'in sözlerinin ardında saklı düşünce, birşeyin propaganda olmasının propağandayı yapan kimsenin bilinçli olarak kendi kişiliğini gizli tutmasına bağlı olduğudur. Bir süre sonra propağandacının kişiliği ortaya çıkacak olsa bile, bu durum değişmektedir. Fakat bu tür bir yaklaşım da güçlüklerle karşı karşıyadır. Örneğin, Londra'da yayınlanan *Daily Mirror* gazetesinde karikatür serileri çıkan Vicky isimli sanatkar, sırf gerçek ismini kullanmadığı için propağandacı mı sayılacaktır? Yoksa, eserlerinin devamlı olarak belirli bir gazetede yayınlanmakta olması yüzünden, kişiliğini gizlemediğini kabul etmek mi gerekecektir? Aynı şekilde, *Washington Post*'un karikatüristi olan ünlü Herblock'un eserleri, bu gazeteyle ilgili olmaksızın yayımlansa propağanda mı sayılacaktır. Görülüyor ki, "ben bunun nereden geldiğini, kimin tarafından yapıldığını bilmiyorum, öyleyse bu bir propağandadır" demek kolay değildir. Propaganda konusunu inceliyecek olan bir kimsenin, bir propağanda eyleminde işlemin arkasındaki kimsenin kişiliğinin bilinçli olarak gizli tutulması durumu ile işlemin ardındaki kimsenin kişiliğinin bazı belirli hâllerde ve ancak bazı kimselerce bilinmemesi durumunu birbirine karıştırmaması gerekir.

Lumley'in "saklı tutulan" özellikler arasında belirttiği diğerleri de bu aynı açıdan eleştirilebilir. Bunların herbirinde de, ilgili özelliğin kasten mi yoksa istemeden mi gizli tutulmakta olduğu sorusu

ile karşılaşılacağı açıktır. Propagandacının, örneğin, propagandadaki çıkar konusu ile olan ilişkisini açıklaması her zaman gerekmeyeceği için her propagandanın, sırf yapan bu ilişkisini belirtmedi diye, propagandacının kişiliğinin saklı tutulduğu bir edim sayılmasına imkân yoktur. Bu gibi durumlarda, bazan, propagandacının propagandadaki çıkar konusu ile öylesine yakın ilişkisi vardır ki, herkesce bilinen veya bilinebilecek olan bu çıkar ilişkisini her propaganda ediminde açıklamak propagandacıya haklı olarak gereksiz görünmüş olabilir. Ayrıca, birçok durumlarda propaganda yapanlar hangi çıkarla ilişkili olduklarını bilmezler; bilmedikleri için de açıklayacak birşey bulamazlar. Ancak bazı propagandacılar ilgili oldukları çıkarları bilinçli olarak saklamaktadırlar.

YENİ BİR TANIM

Bütün bunlardan sonra, uluslararası toplulukta propaganda amacıyla girişilen veya girişilecek olan edimleri açıklayabilecek yeni bir tanım önerebiliriz. Böyle bir tanım önerirken, çoğunlukça bir propagandacıya yakıştırılacak eylem ve edimlerin hepsini kapsamak, bunun dışında hiçbir şeyi tanımımızın içine almamak bizim için temel ilke olmalıdır. *Bu açıdan bakılırsa propagandanın, bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için, haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyet olarak tanımlanması mümkündür.* Propagandacı bu tür bir girişimde bulunan tek bir birey olabileceği gibi, bir grup da olabilir.

Bu tanımdaki "bilinçli girişim" terimi propaganda kavramının en can alıcı yanını dile getirmektedir. Bu terim, propaganda olanla propaganda olmayanı biribirinden ayırmaktadır. Bundan önceki sayfalarda herşeyin propaganda olarak kullanılabilmesi ve propagandada çerçevesine girmek için hiçbir şeyin özel nitelikler kazandırılmaya ihtiyacı olmadığını belirtilmiştir. *Bu nedenle, açıktır ki, herhangi bir edimin propaganda sayılabilmesi için, böyle bir edimin, tutumlar üzerinde kontrol kurarak belirli eylemlere yol açmayı bilinçli olarak hedef edinmiş bir kampanyanın içeriği arasında yer almış olması gerekir.* Bu bakımdan, herhangi bir sözün, kitabın, afişin, dedikodunun, geçit töreninin, serginin, heykel veya tarihsel abidenin, bilimsel bir buluşun, veya istatistik dökümünün, bunlar doğ-

ru ya da asılsız, rasyonel ya da irrasyonel de olsa, ancak tutumlar üzerinde kontrol kurmak ve böylelikle bu tutumları değiştirmek isteyen birinin izlediği bilinçli bir eylem siyasetinin gereği olarak yaratılmış veya oluşturulmuş buldukları saptanabildikten sonra, bütün bunların propaganda aracı veya materyali oldukları ispat edilmiş demektir. Herhangi bir toplumdaki veya herhangi bir dönemdeki propagandanın hacmini veya doğasını incelemek isteyen bir araştırmacının da, ele almak istediği her propaganda görünüşlü edim veya eylemin ardında bir propagandacının bulunduğu ortaya koymakla işe başlaması gerekir. Çoğu defa bunu yapmak kolay oluyabilir, fakat herhangi bir eylem veya edimin bir grubun tutumları üzerinde kontrol kurmak için girilmiş bilinçli bir faaliyetin bir bölümü olduğu ispat edilemedikçe, propaganda niteliğine sahipmiş gibi görünen, fakat propaganda olarak kabulü olanaksız bir eylem veya edim olarak kalacağı bilinmelidir.

Propaganda, *ikinci olarak*, başka grupların tutumları üzerinde kontrol kurmak veya bunları değiştirmek veya "biçimlendirmek" için yapılan bir girişimdir. Kamu-oyu üzerinde kontrol kurmak için girilen eylemlerde temel varsayım, belirli durumlar karşısında bireylerin ne gibi tepkilerde bulunacaklarını belirleyen tutumların dış etkilerin etkisinde olduğu; bu etkilerin ise kısmen kontrol altına alınabileceğidir. Propagandacılar bilinçli olarak işte bu dış etkenleri kontrolleri altına almaya çalışırlar. Bunu, bazan yeni bir durumla ilgili olarak yeni bir tutum yaratmak, bazan varolan bir tutumu sürdürmek ve bu tür tutumları bozucu güçlere karşı korumak, bazan da varolan tutumlardan bazılarının yerine kendi amaçları için daha uygun yeni yeni tutumların oluşumunu sağlamak için yaparlar.

Üçüncüsü, propaganda tek tek bireylerden çok, grupları kendisine hedef alır. Fakat propagandacının faaliyetlerinin bu geniş çaplı olma özelliği, propagandanın içsel doğasının değil de, bu konudaki alışkanlığın bir sonucu sayılabilir. Başka bir deyişle, tek bir bireyi ikna etmeye uğraşan kişinin çalışması ile böyle bir kişinin bütün bir sosyal sınıfı ikna etmek için çalışması arasında temel bir farklılık yoktur. Ne var ki, propaganda denilince akla bu sonuncusu gelmektedir. Propagandanın toplumsal bir önemi vardır; "ulusal gençlik", "seçmen oyları", "emekçi sınıfı" veya "ulus'un" kendisi gibi büyük gruplar üzerinde kontrol kurmak girişiminde bulunduğu için de siyasal bilimciler ve sosyologlar için inceleme konusu olmaktadır. Fakat birşeyin propaganda sayılması için yeterli sayılabilecek belirli bir miktar, tam bir sayı bulunmuş değildir; böyle birşey yoktur. Propaganda, esas olarak, az sayıdaki bireylerin büyük gruplara

erişme çabasına dayandığı için "propaganda" olarak adlandırılmış ve özel bir ilgi alanı hâlini almıştır. Bu bakımdan en azından bir tek gözlemcinin dikkatini çeken ve toplumda geniş bir alana seslenmeye çalışan herhangi bir propaganda ediminin "propaganda" sayılması geçerli sayılabilir.

Tanımımızda tutumlar üzerinde kontrol kurmaktan söz ederken "*haberleşme araçlarını kullanarak*" deyimi kullanılmıştı. Dördüncü Bölümde ayrıntı olarak göreceğimiz "haberleşme araçları" terimi insanın insana bir görüş veya düşüncesini bildirmekte yararlanabileceği bütün araçları kapsayan genel bir terim olarak kullanılmıştır. Bir bakıma, Lasswell'in "semboller" derken anlatmak istediği de bu olsa gerektir. Sözlü veya yazılı dil, resme dayanan temsil, müzik, oyunlar, sergiler ve gözle veya kulakla algılanabilen herşey "haberleşme araçları" kavramının kapsamı içindedir. Haberleşme araçları alanında propagandacının önünde bu denli çok alternatifin bulunuşu, propagandanın kullandığı haberleşme aracına göre belirlenmesini güçleştirmekte ise de, "propagandanın şiddet kullanma veya rüşvet ve menfaat sağlama yoluyla yürütülen iknâ türlerinden ayırt edilebilmesi için, "haberleşme araçlarından yararlanma" şartına propaganda tanımında yer vermek gerekli görünmektedir. Propagandacı servet ve zenginlik vaadedebilir, şiddet kullanımı tehdidinde bulunabilir, veya başkalarının sahip olduğu servet ve zenginliği dikkatleri çekebilir, eziyet çekenlerin durumlarını görülen hâle getirebilir, fakat propagandacı olarak, rüşvet ve yolsuzlukla şiddet kullanımına ortam hazırlayamaz. Propagandacı başkaları kendisinin istediklerini yapsın diye zor kullanamaz; propagandacı başkalarının kendi istediklerini yapması için gerekli koşulları oluşturarak bu amacına ulaşmak ister.

Propagandanın bir başka önemli yanı da, tanımımızda, "belirli bir durumda, etkilenen kimselerin propagandacının istediği tepkilerde bulunmaları amacıyla" sözleriyle belirtilmiştir. Propagandacı, bu tanımda, varolan veya gelecekte meydana çıkacak olan bazı belirli durumları düşünerek, kişilerin kendi istediği eylem ve edimlerde bulunmalarını sağlamak için, düşündüğü bu durumlarda bağıntılı belirli tutumları oluşturmaya çalışan biri olarak değerlendirilmiştir. Propagandacının gözü şeylerde değil, sonuçlardadır. Propagandacı kendi mesajını dinleyenlerin, sonunda, propagandacının istediği şeyleri yapacağını umduğu için girişimde bulunur. Propaganda sırasında yayılacak olan materyal ve bunun yayılışında izlenecek biçimin seçimi, propagandacının istediği sonuçları oluşturmakta taşıdıkları etkinliklere göre olur. Propagandacının hedefi sadece tu-

tum değişikliği yaratmak değil, sonunda, eylem alanında bir eylem olarak görülecek tutum değişikliği yaratmaktır. Örneğin, iki-partili bir sistemde üçüncü bir siyasal parti kurulduğunda böyle bir partinin propagandasını yürüten kimselerin seçmenleri sadece bu partinin önderlerinin görüşlerinin doğruluğuna değil, fakat seçimde üçüncü bir parti için oy kullanmalarının boşuna oy kullanmak demek olmayacağına da inandırmaları gerekir. Bu durumda propaganda-cının başarısı için gösterge, seçmenlerde tutum değişikliğinin olup olmaması değil, üçüncü partiye oy veren seçmenlerin sayısının artması olacaktır.

Tanımda belirtilen propagandacının kişiliğinin ortaya çıkmasından kastedilen, kişisel tanıma veya propagandacı hakkında yapılan öznel bir değerlendirme değildir. Propagandacı belirli amaçlar için başka grupların tutumlarını kontrol altına almak isteyen biridir. Bu amaçların veya kullanılan araç ve yolların moral veya siyasal nitelikleri hakkında yapılabilecek değerlendirmeler konu ile ilgili değildir.

Yukarda yapılan tanımın ışığı altında, propagandacı denen kimseler propaganda kuruluşları adını taşıyan Ulusal Aydınlanma Bakanlığı, Psikolojik Savaş Kurumu, Ulusal Moral Bakanlığı, Savaş Enformasyon Dairesi gibi yerlerde; ya da siyasal partilerin, devletin, siyasal nitelikte kuruluşların Halkla İlişkiler Birimlerinde çalışan kimselerdir. Belirli bir politikayı destekleyen bütün gazetelerin genel yayın müdürleri ve yayıncıları; ister tutarlı bir uygulama, isterse tek tek edimleri itibarıyla olsun, kendi resmi kapasiteleri oranında bütün politikacılar; Sendikalar, İşverenler Birliği, Ulusal Kurtuluş Komiteleri veya belirli bir siyasal, ekonomik veya sosyal siyasete taraftar veya karşıt nitelikte fikirler savunan diğer her çeşit kuruluşlarda sözcü olarak çalışanlar da bu tanımın kapsamına girer. Bu grupların sözcüleri veya bu tür kişiler konuştuğunda veya bir açıklama yaptığında, amaçlarının bizim tutumlarımız üzerinde etki de bulunmak olduğunu anlama olanağımız vardır. Eğitim Bakanlığında çalışanlar, bireysel yayıncılar ve sözcüler ise, bilinçli olarak belirli bir ideolojinin yararına çalıştıkları takdirde propagandacı sayılabilirler. Aynı şekilde, bir yazar salt sosyalizmi kötülemek için bir kitap yazarsa, sosyalizmi kötülemekten başka bir amaç taşımayan böyle bir kitabın yazarı propagandacıdan başk birşey sayılmaz.

Bu nedenle, propaganda olduğundan kuşkuılanılan bir şey karşısında siyasal bilimcinin yapacağı iş, eldeki materyalin bir propa-

gandacı tarafından bilinçli faaliyetinin sonucu ve ürünü olduğunu ortaya koymaktır. Özellikle mimari üslûbun siyasal sembolizmi gibi ilginç konularda bu alanda delil bulmak bazan güç olsa bile, propaganda niteliğinin saptanabilmesi için bu işin yapılması bir çeşit önkoşul sayılmalıdır. Siyasal bilimci propaganda diye elealdığı şeyin, herşeyden önce, propaganda niyetiyle oluşturulmuş bulunduğu göstermek zorundadır. Burada işin iyi olan yanı, propogandanın kökeni sorununun gözlemci durumundaki kimsenin *ethic* değerlendirmelerinden etkilenmeyecek bir olgu sorunu oluşu; herkesin bildiği bir propoganda kuruluşu tarafından meydana getirilmiş olduğu anlaşılan birşeyin propaagnda olarak tanımlanabilmesidir.

Bütün bunlardan sonra; *artık*, herhangi bir tanımın standard gerekliliklerine uygun olarak yapılan *propaganda tanımımızın özelliklerini belirtebiliriz*. Önce, tanımımız bu tanımlı yaparken düşüdüğümüz görevini yerine getirmiş olmaktadır. Yaptığımız tanım, propogandada *propogandacının kişiliğinin tanınması ile kişisel değerlendirmenin veya bu konudaki kişisel bilgilerin aynı olmadığını vurguladığı, veya en azından, sübjektif değerlendirmelerin fazla önemli olamayacağını işaret ettiği için*, konunun bilimsel olarak irdelenmesine yol göstermiş olmaktadır. Tanımımız farklı siyasal kanaatlara sahip çeşitli kimselere, bunlar yanyana geldiklerinde, aynı şeyden söz ettiklerine inanabilme olanağı da vermektedir. İkincisi, tanımımızda bütün kavramların anlamca içerikleri ifade edilmiş bulunmaktadır. Tanımımız olası bütün propoganda örneklerini kapsamakta; ilgisiz olan ne varsa bunların hiçbirini kapsamı içine almamaktadır. Üçüncüsü, tanımlamada kullanılan tanımlayıcı karakteristiklerin hepsi de objektif bir inceleme veya yoklama ile saptanabilecek açıklıktadır. "Dürüst", "irrasyonel", "tarafgir" veya "tek-yanlı" gibi bulanık veya hissi kelimelerden elden geldiğince uzak kalınmıştır. Bu sayede de, propogandacının kişiliği sorununun gözlemenebilir bir olgu sorunu niteliği kazanması sağlanabilmiştir. Bunda, moral, siyasal ve ekonomik saiklere bağlanmamış olunmasından yararlanmış; propogandacı durumunda bulunan biri, böyle birisi kamunun tutumları üzerinde etkide bulunma niyetini taşıyorsa, propogandacı olarak kabul edilmiştir. Son olarak, tanımımız propoganda faaliyetinin gözlemlenebilir özelliklerini saptamak için de kullanışlı görünmektedir. Tanımımız Goebbels'in Halkı Aydınlatma ve Propoganda Bakanlığı veya Birinci Dünya Savaşında İngiltere'deki "Crewe House" gibi kuruluşların amaçlarını açıklamakta da yararlı olmaktadır. Tanımımız çoğunlukla herkesin propoganda olarak kabul ettiği herşeyi içermekte; kelimenin genel anlamdaki kullanımını açığa kavuştur-

makta, fakat bu anlamı değiştirip aslından farklı bir görünüm içine sokmamaktadır.

Olağan yetenekte bir araştırmacı bu tanımını kendisi için bir temel saydıktan sonra, belirli bir toplumdaki propagandanın hacmi ve doğası üzerinde incelemelerine başlayabilir; aynı enformasyondan yararlandırıldıklarında, değişik moral ve siyasal ölçülere sahip başka araştırmacıların da aynı sonuçlara varacaklarını ümit edebilir.

PROPAGANDANIN GELİŞİMİ

Bölüm : 2

PROPAGANDACI İÇİN KİTLE

Modern kitle propagandasının büyük ve önemli bir siyasal güç olarak ortaya çıkışı ondokuzuncu yüzyıl sanayi toplumuyla birlikte oluşan koşulların çok özel bir eşkonumlanmasının sonucu sayılmaktadır. Yirminci yüzyılın diğer etkileriyle de pekişen bu koşullar siyasal işlerimizin icra edilmiş biçimlerini etkilemeye devam etmektedir. Propaganda günümüzdeki önemini kazanmadan önce, toplumdaki "muhteris" kimselerin siyasetle ilgilenmeyen çoğunluğun görünüşte gönüllü ittifakını kazanmak zorunda kalmaları gerekiyordu. Bunun olması için ise, siyasal önderlerin, hiç olmazsa şeklen, yönetilenler kitlesinden kendi otoritelerine destek aramak zorunda kalmaları gerekmektedir. Bunun böyle olmadığı toplumlarda ise, kitlelere önem verilmez, olağanüstü bunalım dönemlerinde kitleler şiddet ve korkuyla susturulurlardı. Fakat genel oya olan inancın zamanla yaygınlaşması ve tebanın da yöneticiler kadar idrake sahip olabileceği düşüncesinin gelişmesiyle birlikte yöneticilerin, sadece şartların zorunlu kıldığı günlerde değil, fakat heran için *kamu oyununun desteğini araması* gerektiği; bunun, şartlar gerektirdiği için değil, kendi doğasından dolayı iyi birşey olduğu kabul edilmeye başlamıştır. Politikacılar ise kendilerinde gördükleri yönetme hakkının, normal olarak siyasetle ilgilenmeyen kitlelerden belirli dönemlerde onay olmadıkça bir anlam taşıyamayacağını anlamışlardır. Komuta konumundaki otoritenin halkın onayını alması gereğinin farkına varılması, bir ölçüde, onsekizinci yüzyıldaki *Federalist*'lerin yazılarının verdiği ilham ile olmuştur. Toplumun *iktidar-bilinçli* üyeleri halkın desteğini kazanmak için propaganda tekniklerinden yararlanabileceklerini; günün değişen yeni koşulları karşısında ise, halk desteğinin eskiden kullandıkları rüşvet ve menfaat sağlama yollarından veya şiddet kullanımından çok daha etkin olacağını sezinlemişlerdir.

Siyasal hayatta kamu oyunun rol konusundaki tutumları değişmeyenler bile, bugün, propaganda yolu ile barışçı ikna yöntemlerinin

işleyişini öğrenmek zorunda olduklarını görmüşlerdir. Oy verme hakkının yaygınlaşması ve nüfusun bu denli artışı karşısında başka bir yol izlemek [çıkar sağlamak, rüşvet vermek gibi, ç.n.l], bugün, izlenmesi güç ve çok pahalı görünmektedir. Bir zamanlar satın alınmakta olan seçmenlerin bugün ikna edilerek kazanılması gerekmektedir. Bu bakımdan günümüzde politikacılar için propaganda ile ilgilenmekten daha uygun bir iş olabileceğini söylemek güçtür.

Bugünkü anlamıyla propaganda kelimesinin düşünce ve görüşlerin geniş çerçevelere yaygınlaştırılması işlemini ifade ettiği belirtilmelidir. Sosyologlar ve siyasal bilimcilerin propaganda sorunu ile ilgilenmelerinin nedeni, bazı kimselerin veya bazı küçük grupların propaganda kanalıyla bireylerin veya küçük toplulukların değil, fakat ekonomik sınıfların, din topluluklarının, ırkların, siyasal partilerin veya ulusların bütün üyelerinin birden düşünce ve eylemlerini kontrol altına almak amacı gütmeleridir. Bu alanda kullanılan "kitleselel iknâ" kavramı son derece yararlı bir kavram olmakla beraber, anlamca bulanık kalmış, kesinlikten uzak bir kavramdır. Bir şeyin propaganda olup olmadığını seslendiği kitlenin hacmi açısından saptamak için gerekli olan sınır ne olduğu bulunmuş, bilinen bir şey değildir. Bu konuda söylenebilecek tek şey, birşeyin siyasal bilimcilerin ve sosyologların ilgisini çekecek kadar yoğunluk kazandığı noktadan itibaren üzerinde durulmayı gerektirecek hacme ulaştığı ve propaganda sayılabileceğidir. Propagandanın genellikle büyük ölçüler içinde bir kanaat oluşturma işlemi niteliği taşıması ise, propagandanın siyasal bir önem kazanmasına yolaçmaktadır.

Propagandacı herşeyden önce, çok büyük ölçüler içinde kitleleri ikna çabasında olan birisi ise de, bu duruma bakarak propagandacının her zaman büyük ölçüler içinde ve dolaysız olarak kitlelere seslendiğini sanmamalıyız. Birçok durumlarda propagandacı, örgütlü grupların veya büyük toplulukların kanaat önderlerini etkileyerek amacına ulaşmasının daha etkin bir yöntem olacağını bilir. Örneğin, bir grubun propagandacısı kitlelere sesini duyurmaya çalışırken, bir başka grubun propagandacısı gazete genel yayın müdürleri ve patronlarına ziyafetler vermeyi, o'nları çeşitli toplantılar düzenleyerek ağırlamayı yeğleyebilir. Savaş propagandasında olduğu kadar, Soğuk Savaş döneminin propaganda faaliyetlerinde de yapılan propagandanın büyük kısmı son derece uzmanlaşmış nüfus kesitlerine yükseltilmiş bulunmaktadır. Bunlar için, başlıca, sanayiciler, profesörler vb. örnek verilebilir. Birçok çıkar grupları, özellikleri gereği, sadece çok küçük bir nüfusa seslenmek; küçük bir toplulukla ilişki kurmak durumundadır. Bunlar, aydınların, zengin-

lerin veya önemli siyasal kişilerin küçük bir kısmı üzerinde etkide bulunmakla yetinebilmektedirler. Fakat bu tarz propagandaya yönelmeleri de kitlesel propaganda kapsamı içinde yeralmalıdır. Çünkü, bunlarda da amaç, toplumu yöneten az sayıdaki bireyler üzerinde etkide bulunarak, kitleleri etkilemek olmaktadır.

Propaganda ile ilgili sorunlarda kullanılan "okuyucu-dinleyici-seyirci kitlesi" kavramı oturmuş ve olgun bir kavram değilse de, propagandanın kökeni sorununun kavranması için anlamlı ve yararlı bir kavramdır. Bu kavram, propagandanın bu konuda "grup-yönetimli" bir yaklaşımı haklı kılan özelliğini; propagandacının hedef-kitlesinin biribirinden farklı gruplardan oluşmuş bulunduğunu vurgulamaktadır. Buradaki grupların önemi, bu grupların salt varoluşlarından değil, varlıkları aracılığı ile bu gruplar içindeki bireylere diğer gruplardan ayrı olduklarını göstermesinden; onlara "grup-bilinci" kazandırmasından; bu "grup-bilinci" ile bireylerin gruba üye olduklarını hissetmelerinden ve ortak çıkarları ile ilgili konularda ortak yanıtta bulunabilmelerindedir. Bireylerin statülerinin veya sosyal rollerinin "farkında olmaları" propagandanın başarı kazanması açısından önemli bir sorundur. Propagandacı dolaysız olarak gruplara seslenirse de, grup üyesi olan bireyler üzerinde etkisini kurmadığı sürece, tam bir başarı kazanamaz. Diğer yandan, grup üyesi bireyler grup üyeliklerinin yeterince bilincinde olmadıkça da propagandacının başarı kazanması kolay olmaz.

Ondokuzuncu yüzyıl Avrupa'sında sınılaşmanın ardından ortaya çıkan nüfus artışı ve kentlileşme toplumda oluşan yeni sınıfların ve grupların kendi sınıf ve gruplarının bilincine varması için gereken ortamı hazırlamıştır. Sınılaşmanın tamamlandığı bütün bu dönem boyunca devamlı olarak köylerden kentlere akın olmuş; kentlerdeki fabrikalar artmış; gitgide daha büyükleri yapılmış; bu fabrikalarda çalışan işçiler yoğun yerleşimli mahallelerde yaşamaya başlamışlar; bütün bunlar insanların o zamana kadar görülmedik ölçülerde kendi sosyal ve ekonomik sınıflarının bilincine varmasına neden olmuşlardır. O zamana kadar dokuz-on işçinin bulunduğu bir kasaba veya köy atelyesinde çalışan bir işçinin, arkadaşlarından çok patronuna karşı bağlılık duygusu beslemesi olanağı varlığını sürdürebilmiştir. Sınai toplumunun oluşumundan önceki dönemde işçi durumundaki bir kimsenin kendi "sınıfının" sayısal gücünün bilincine varabilmesi; benzer iş dalında çalışanlarla ilişki kurmak için gerekli araç ve yöntemleri bulup öğrenmesi söz konusu olamazdı. Fakat iki bin işçinin çalıştığı bir fabrikada işe giren bir işçi kendisi ve kendisine benzeyen kimselerle fabrika yönetici ve

sahipleri arasındaki başkalaşmayı farketmeye zorunlanmış oluyordu. Bu durumdaki bir kimse kendisinin de ötekiler gibi "işçi" olduğunu görür, öğrenir ve buna inanır; ardından da, "işçi sınıfına" seslenen veya yönelen mesajlara kulak vermeye başlar. Sınaileşen uluslarda yeni toplumsal yapı bireylerin sınıf bilinci kazanmalarının önemini vurguladığı için de, sınıf farklılaşmalarının belirginleşmesini kolaylaştırmıştır. Bu dönemin Jane Austen'den H.G. Wells'e kadar çoğu roman yazarları, doğru bulmuyor olsalar bile, katı toplumsal tabakalaşmanın iyi bir toplum için önkoşul sayıldığı bir toplum hayatını yansıtmışlardır.

Eşitlikçi demokrasi yüksek derecede farklılaşmış bir sosyal sınıfsal yapının antitezi olma savı ve ümidiyle ortaya çıkmıştır. Bu açıdan düşünüldüğünde, demokrasinin gruplara yöneltilen propagandaları azaltması gerekirdi denilebilir. Fakat bu böyle olmamıştır. İngiltere ve çoğu Avrupa ülkelerinde ondokuzuncu yüzyılda geleneksel sınıf farklılıkları yeniden canlanmış, hatta daha da güçlenmiştir. Atlantik'in öte yakasında, Birleşik Amerika'da ise daha gelişkin ve progressive bir toplum kurulmuştur. Birbirine özünden ters düşen bu iki gelişmenin ortak bir yanı da olmuştur: bireyin yerine toplumun yeğlenmesi. Bir süre sonra Avrupa toplumları da Birleşik Amerika'daki gelişme yönüne benzer bir yön tutmuşlar, fakat İngiltere'de Viktorya devri sınıf farklılıklarının zayıflaması, propagandacılar için çok önemli grup düşüncesinin de zayıflamasına yolaçamamıştır. Gerçekten, burada sorunu Tocqueville'in Amerika'daki eşitlik hakkındaki sözleriyle ifade edecek olursak, yeni demokratik toplumlarda, bu toplumların niteliklerinin sonucu olarak, birey ancak kamu oyunun siperi altında yaşamasını sürdürebilmektedir.

Eşitlik dönemlerinde insanların biribirine benzemeleri yüzünden insanların biribirine inancı kalmaz; fakat gene bu benzeşme sayesinde insanlar kamunun yargısının doğruluğuna neredeyse tam bir inanç beslemeye başlarlar;¹

Kitle toplumunda bireyin geleceği ve kaderi de Tocqueville gibi aristokratik ve bireyci birine, bireyin çoğunluk yargılarına baskı ile uyumlanmasını katlanılmaz bulunduğundan, üzücü ve tatsız görünmüş olabilir. De Tocqueville'in görüşünce, demokraside kitleler cahillik ve hoşgörü yoksunlukları yüzünden (ki, o günkü eğitim standartlarıyla bunların giderilmesi güç görünüyordu) ister istemez bir

¹ A. de Tocqueville, *Democracy in America* (World's Classics Ed., Oxford University Press, 1945), ss. 297-298.

tiranlığa yolaçacaklardır. Bu tiranlığa karşı yapılabilecek tek şey, demokrasinin yaratacağı bu *halk tiranlığının* aklın ve adâletin yönetimi altına alınması olacaktı. Çoğunluk 'düşünce ve kanaat özgürlüğünü önleyici öylesine engeller'² koyabilir ki, bu baskılardan etkilenen bireyler için bu tür engeller de tek kişinin tiranlığında görülener kadar katlanılmaz olabilir. (*)

Sadece sonuçlarla ilgilenen propagandacı ise, kanaatlarla ilgili alanlarda ortaya çıkan bu herkese benzeme ve herkese uyma eğilimini kendisi için siyasal hayatın en yararlı olgusu olarak kabul etmiştir. Propagandacılar, psikologlar ve sosyologlar grup düşüncesinin "niçin" ve "nasıl" olduğu sorununu incelemeye başlamadan çok daha önceleri, grup düşüncesi üzerinde kontrol kurma konusunda pratik denemelerde bulunmuşlardır. Gerçekten, propaganda siyasal hayatta en önemli güçlerden birisi olarak kendini kabul ettirinceye kadar, bunun nasıl ve ne gibi koşullar nedeniyle mümkün olabildiği hakkında hiçbir ciddi araştırma yapılmış değildir. Propagandacıların böylesine başarı kazanmalarının nedenleri konusunda ilk açıklama arayışlarının başında, özellikle, William McDougall, Graham Wallas, Walter Lippmann ve Wilfred Trotter'in çalışmaları gelir.³ McDougall ve Wallas insanların eylem ve edimlerinde *içgüdülerin* ve *rasyonel-olmayan saiklerin* rolü konusunda öncülük etmişlerdir. Bu iki yazarın teorilerini burada özetlemeye çalışmak yersiz olacaktır. Fakat burada hemen belirtelim ki, herikisinin teorileri

² *Ibid*, s. 192.

(*) Bu tür "seçkin" ve "demokrasi-karşıtı" siyasetçilerin açıklamaları ikili özellik taşıyor: (a) Ondokuzuncu ve Yirminci Yüzyılda doruğa çıkan "demokratik" yönetim biçimlerinin ve genel olarak kültür yaşamının "demokratikleşmesinin" ortaya çıkardığı görüntülerden hoşnut olmamaları; (b) bu hoşnut olmadıkları görüntülere demokratik yaşamda etkin hâle gelen "halkın", "avamın", "sıradan insanın", *mediocre mob* dedikleri "kalabalıkların" neden olduğunu sanmaları.

Gerçekte ise, heriki yönden de, bu açıklamalarının iler-tutar bir tarafı yoktur. Siyasal yönden devri bitmiş bir sınıfın hülyasıdır bunlar. Siyasal tahlilleri çok yüzyöden, çok hissi, ve çocukcadır. Modernleşme süreciyle birlikte yitirmeye başladıkları 19. Y.Y. öncesi durağan ve eşitlik-karşıtı bir toplum yaşamının özlemcisidirler. Olan-biteni anlamaya çalışacakları yerde, kapitalist modernleşme sürecinden en çok etkilenen sıradan insanları bu sürecin "sahibi" ve "nedeni" olarak görmekte; içlerini boşaltmak için, bu kesimleri "sahipsiz" ve "kolay" bir hedef olarak ortaya dikmektedirler.

³ W. Mc Dougall, *An Introduction to Social Psychology* (1908); G. Wallas, *Human Nature in Politics* (1908) ve *The Great Society* (1914); W. Lippmann, *A Preface to Politics* (1913, ve *Public Opinion* (1922); ve W. Trotter, *Instincts of the Herd in Peace and War* (1916),

de üzerinde durulmaya değer teorilerdir. Özellikle Wallas'ın, insanın akıldan çok, "hissiyat ve içgüdülerine" göre yaşamasına rağmen, insan faaliyetinin ancak bir kısmının ve ancak bazan irrasyonel nitelik taşıdığı; ayrıca, insanın yaşamında rasyonel davranışların oranının arttırılabileceği şeklindeki düşünceleri ayrı bir önem taşımaktadır. Bu görüş, kamu oyununun istenen yönde biçimlendirilmesinde propagandanın sınırlı bir güç taşımasının nedenlerinden birini aydınlatmakta yararlı olmuştur.

Wallas *The Great Society* adlı eseriyle "telkin" kavramını bu alanda kullanan ilk düşünür olmuş; bu kavramı şöyle açıklamıştır: "tek olumsuz yanlarıyla, tam bilinçli olmayışlarıyla birbirine benzeyen birçok değişik süreçlerle oluşan edimlerin, inançların veya hiselerin sonucu."⁴ Bu aşamada, kanaat-biçimlendirmenin fiili süreci önemli görülmemiştir. O günler için, bazı fikir ve eylemlerimizin mantığa uygun düşünme sürecinin sonucu olmasına karşılık, bazılarında mantık ve aklın fazla yeri olmadığını belirtmek yeterli sayılmıştır. Bu ikinci kategoriden rasyonel-olmayan öğelerin tümünün de "telkin" kapsamı içinde incelenebileceği ileri sürülmüştür.

Aynı terim daha sonra bir başka İngiliz yazarı olan Wilfred Trotter tarafından, rasyonel şekilde ve rasyonel-olmayan şekilde biçimlenmiş kanaatlar arasındaki farklılığı belirtmek için kullanılmıştır. İnsanın kanaatlarının çoğu irrasyonel inançlara dayandığı ve bu şekilde oluşmuş bulunan kanaatlar konuları ve içerikleri itibarıyla rasyonel ve geçerliği sınanıp ispatlanabilir (verifiable) bilgiden ayırt edilemeyeceği için, kaanat oluşumunun bu iki sürecini ayırt etmek açısından "telkin" teriminin kullanılması yerinde görülmüştür. Telkin, bu kullanım anlamı itibarıyla, kanaatin kendisini değil, fakat bu kanaata varışta izlenen yolu ifade etmek için kullanılmış bulunmaktadır. Trotter'in propaganda konusundaki incelemelere katkısı, bilinçli olarak telkin'in kullanılmasının nasıl politik bir silah halini alabildiğini göstermesi olmuştur. Trotter'in bu katkısı, modern propagandanın oluşumunda bir ön-koşul niteliği taşıyan grup üyelerinde gruplarına ait olma bilinçliliği sorunu açısından anlamlı olmuştur.

Propagandacının, telkin yolunu kullanmakla, insandaki en güçlü güdülerden biri olan sürüleşme (gregariousness) güdüsünden kendisine yarar sağlayacağını anlaması bir dönüm noktası olmuştur. İnsanın bu özelliği ise, insanın düşüncelerinin esneklikten uzak; kendisinin de entellektüel tecessüsten yoksun kalmasına sebep olmuş

⁴ G. Wallas, *The Great Society* (New York: MacMillan, 1914), s. 128.

tur. Aynı özellikler sayesinde, propagandacının işi çok kolaylaşmakta; bireylerde etrafa uyma eğilimine ters düşen yeni düşüncelere karşı hoşgörüsüzlük yaratmak bu işe yetmektedir. Çoğu insan dünsel bir tecritlenmeden ve başka insanlarca sevilmez olmaktan fiziksel tecritlenme kadar korkmaktadır. Bu güdünün etkisiyle, insan, diğer bütün sosyal etkilerden çok, "sürünün ne dediğine" bakmakta; bu konuda duyarlık göstermektedir. "Halk için" diye konuşan ve halk tarafından da kendilerinden biri olarak kabul edilen bir propagandacının kitlelerin düşünce ve edimlerini oluşturma ya da önlemedeki etkinliği artmaktadır. J.S. Mill'in korktuğu "çoğunluğun tiranlığı" düşüncesi, bu bakımdan, Trotter tarafından propaganda konusunda yol gösterici bir ilke olarak kullanılmıştır.

İnsanların ussal tutumlarını etkilemek amacıyla yapılan telkinler bireylerin "olanı biteni bilmek için zamana sahip olduğundan emin olmak endişesine kapıldıkları" anda çok daha etkin olmaktadır.⁵ Bireylerin "emin olmak isteği" grup bilinçliliğinin en yüksek yoğunluğa ulaştığı savaş zamanlarında en şiddetli hâlini almaktadır. Örneğin, bu durumlardan hangisi olursa olsun bütün uluslar kendi davalarının doğru olduğuna dair kuşkusuz ve tereddütsüz bir inanç beslemeye başlamaktadır. Savaş durumunda bir ulus, birbirinden çok ayrı ve farklı insanları biraraya getiren "sürüleşme güdüsü" için verilebilecek bir diğer örnektir.⁶

İtalya'da Gaetano Mosca'nın çalışmaları da Trotter'le aynı doğrultuda olmuş; fakat ne yazık ki, Mosca'nın eserleri 1939'a kadar İngilizceye aktarılamamıştır. Mosca, topluluk içinde yaşayan, fakat bağımsız-düşünceli kişileri topluluğun birliği için bir tehlike ve tehditmiş gibi göstermenin nasıl beylik bir propaganda taktiği olduğunu açıklamıştır. Sürüye uymayanlar; kendi başlarına düşünebilenler suçlu, hain, sabotajcı ve düşman olarak tanıtılmaktadır!

Bütün toplumlar için başta gelen bir özellik olan "sürü güdüsü" yüzünden, ister aristokratik ister demokratik toplumlarda olsun, bu taktik toplumların hayatı kadar eski bir propaganda taktiğidir. Yeni olan yanı, siyasal önem kazanışının son on yıllarda tamamlanmış bulunmasıdır. Belirli siyasal kararların sanki bunlar "sürüye" aitmiş gibi gösterilmesinden beri siyaset adamları için kitlelerin

⁵ W. Trotter, *Instincts of the Herd in Peace and War* (London: Fisher Unwin, 1916), Trotter'in *Le Bon'un Kalabalık* (Güruh) adlı eserinden yararlandığı açıkça görülüyor.

⁶ Trotter, *op. cit.*, ss. 216-19, Bk. kezâ G. Mosca, *Elementi di Scienza Politica* (Italy, 1896). İngilizcesi, *The Ruling Class*, H. D. Kahn (New York: MacGraw-Hill, 1939).

kontrol altına alınması bir neden değil, sonuç sorunu görünümü kazanmıştır. Burada "sürü" terimi ile kastedilen, propagandacının dolaysız olarak kişisel ilgi gösterebileceği büyüklükteki bütün gruplardır. Bunlar bir derneğin üyeleri olabileceği gibi, ekonomik bir sınıf, ya da bir devletin tüm nüfusu olabilir. Bir propagandacı bile, başka bir propagandacının gözünde, "sürü" üyelerinden biri olabilir.

Nüfusun artışı, yoğunlaşması ve sosyal tabakaların oluşması; bunların sonucu olarak başkalarıyla uyum içinde bulunmanın önem kazanması, seçmenlik ve oy kullanma hakkının yayılması gibi yakın dönemin gerçekleri ondokuzuncu yüzyıl siyaset adamlarının kamu oyu üzerinde kontrol kurma sorunları ile ilgilenmelerini zorunlu kılmıştır. Ancak, bu sorunların çözümlenme biçimlerini başka etmenler belirlemiştir. Bunların ilki, doğrudan doğruya ondokuzuncu yüzyılın bireyin sorumluluğunu temel alan liberal felsefesinin kendine özgü özelliklerinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Liberal felsefenin sonuçlarından biri de, kitlelere okuma ve düşünme öğretildikten sonra siyasal güç de kazandırılabilmesi; kitlelerin rasyonel varlıklar olarak siyasal hayata katılabilecekleri inancının yayılması olmuştur. Böyle bir teoriye inanılması ise, irrasyonel bir kamu oyunun hırslı politikacılar tarafından kötüye kullanılabilmesini düşünmeyi güçleştirmiştir. Bencil fakat eğitim görmüş bireylerin objektif olarak iyi bir yaşam kurabileceklerine dair bu *yarı-dogmatik inanç* yüzünden, sadece temel eğitimin her bireyde toplumsal veya siyasal hayata düşünsel erginlikle katılabilme yeteneğini ya da isteğini kazandıramıyacağı gerçeği anlaşılammıştır. De Tocqueville ve J.S. Mill'in uyarılarına ve Bagehot'un⁷ bu konudaki kötümser yazılarına rağmen, okur-yazarlığın ve oy kullanma hakkının yaygınlaştırılmasıyla hemen kendiliğinden büyük yararlar sağlanacağına olan inanç daha sonra da varlığını sürdürmüştür. Okur-yazarlığa erişmiş, ama diğer yönlerden bakıldığında yeterince eğitim görmediği ve siyasal olgunluğa erişmediği kabul edilmek gereken kitlelere dayanan bir kamu oyunun özel amaçlar için kontrol altına alınması olanağı ilk günler farkedilememiştir. Liberal düşünürler insan doğasını yanlış değerlendirdikleri için, bu düşünürlerin yarattıkları kurumlar eski aristokratların ve kralların tiranlığını yıkmakta yararlı olmuş; fakat aynı anda, gücünü silâhtan de-

⁷ Bk. W. Bagehot, *The English Constitution* (İkinci Basım : 1872), aldığı yer: "Hiç kimse sıradan bir emekçinin, hiçbir niteliği olmayan ve sadece bir aile reisi olduğu için sayımlarda yeralan birinin entellektüel sorunlarda yargıda bulunabileceğini iddia edemez." s. 15.

ğil, bu tür "kamu oyunundan" alan yeni bir tür tiranlıkların oluşumu için gerekli ortamı da gene bu liberal düşünürlerin yarattıkları kurumlar hazırlamıştır.

Demokratik liberal siyaset teorisi ile endüstriyel bir toplum ortamında oluşmuş siyasal kurumlar da propagandacının kolaylıkla erişebileceği ve dikkatini çekebileceği bir kitleye kavuşmasında kısmen rol oynamıştır. Doğrudan doğruya yeni toplumun karakterinin sonucu olarak ortaya çıkan başka koşullar ise, bu eğilimlerin yoğunlaşmasına sebep olmuşlardır. Çoğu insanın meseleleri rasyonel bir şekilde ele alıp değerlendirmede gösterdiği doğal yeteneksizliği daha da arttıran bir etmen ise, bireylerin siyasete karşı ilgisiz kalmaları, bu konuda gerekli bilgileri elde etmek için girişimde bulunma istekliliğini göstermemeleri olmuştur. Bu etmen, elbette ki, başkalarının kendi başlarına ve kendileri için bulamadıkları "gerçekleri" ve kanaatları, o'nları sunmak görevini yüklediklerini ileri süren propagandacının gerçek amacına ulaşmasını kolaylaştıran öge durumuna indirgemıştır.

Bu ilgisizlik de, derinine inilirse, ondokuzuncu yüzyılın kültür ortamının bir ürünü sayılabilir. Olağan koşullar altında, gerçekten yaratıcı nitelikteki düşüncenin oluşturulması maddi olanakların yeterliğine, dışa dönük düşünceye karşı olumlu bir psikolojik değerlendirmenin bulunmasına ve bu konuda yeterli zihin yeteneklerine sahip olunmasına bağlıdır. Yoksulluğu, gürültüsü, pisliği ve maddeci felsefesi kendi varlığından ayrılamayan sanayi toplumu bu türlü olanaklara erişmek için gerekli yolu herkese değil, sadece yurttaşların çok küçük bir nitelik kazanmış bulunan endüstriyelleşmiş ekonomik düzeniyle modern toplum bireylerin siyasal konularda kendi başlarına düşünüp yargıda bulunmalarını, oldukça yüksek düzeyde entellektüel yeteneklere sahip kimseleri de içeren bir çoğunluk için, olanaksız kılmıştır.

İşverenler fabrika veya işyerlerinde çalışan işçi ve büro personelinin sosyal veya siyasal sorunlar üzerinde tartışmalarına izin vermemekte; uzun çalışma saatleri, güç iş şartları, sağlığa aykırı ve aşırı kalabalık konutlarda yaşama zorunluğu yüzünden çalışan sınıf üyeleri evlerinde bile bu konular üzerinde düşünüp tartışma hâl ve olanağı bulamamaktadır. Gelir düzeyi biraz daha iyi olanlar ise etraflarındaki insanlarla tanışıp yakınlık kuramamakta; modern toplumdaki yaygın âdetler komşular arasında kolaylıkla ilişkiler kurulmasını önlemektedir. Konuşma, düşünme ve tartışma olanağına sahip olacak kadar ekonomik bakımdan iyi durumda bulunanlar ise, zaman ve olanakların en elverişli olduğu anda bile, ciddi toplumsal

meselelerin konuşmalarda konu olarak ele alınmasını nezaketsizlik sayan görenekler yüzünden, bu olanaklardan yararlanamamaktadırlar.

Kentlerdeki fabrika ve işyerlerinde çalışan işçiler ve büro personeli gitgide kendi düşünce ve yargılarından çok, siyaset "uzmanlarının" imâl ettiği "hazır-ışi" düşünce ve yargılara dayanmak zorunda kaldıkları için eleştirisiz okuma alışkanlığı yaygınlaşmış, ucuz ve "kitlelere" seslenen gazeteler arttıkça artmıştır. Devlet kurumunun sosyal dokusu ise, çok geniş kitlelere seslenmeyi sağlayan teknik olanaklarla beraber, propagandacının seslendiği kitlelerde kendisini dinlemeye hazır ve istekli bir dinleyici kitlesi bulmasını mümkün kılmıştır.⁸

HABERLEŞME ARAÇ VE YOLLARI

Propagandacının ortaya çıkması için, propagandacının yaptığı işe karşı toplumsal bir talebin bulunması ve kitlelerin propaganda mesajlarını alabilecek yetenekte olması gerekmektedir. Ayrıca, propagandacının materyalini kitlelere ulaştıracak araç ve yolların da bulunması gerekmektedir. Ondokuzuncu yüzyılın en büyük başarıları ise bu alanlarda olmuştur. Modern haberleşme ve ulaştırma çağı 1825 yılında İngiltere'de Stockton-Darlington Demiryolunun açılması ile başlamıştır. Bu demiryolu "mesafelerin ve mekânın insan tarafından fethini sembolize eden"⁹ demiryolları ağının ilk halkası olmuştur. Büyük miktarlarda ve çeşit çeşit eşyaların ucuz ve daha çabuk bir şekilde taşınabilmesinin ve günlere kadar erişilemeyen yeni toprakların açılıp işlenebilmesi buralara yerleşebilmesinin ifâde ettiği salt ekonomik avantajlar birtarafa, demiryolları propagandanın gelişmesinde de önemli siyasal etkilerde bulunmuştur. Daha çok sayıda insan, daha sık ve daha uzun mesafeli yolculuklara çıkabildiği için, insanların kafasındaki ulus anlayışı giderek daha da sağlamlaşmıştır. İngiltere'de yüzyıllarca süreyle komşu ilden gelen bir insan Çin'den gelmiş bir yabancı kadar "yabancı" biri olarak görülmeye devam etmiştir. Morlaix veya St. Brienc'da oturan kimselerin kendilerini önce Breton, sonra Fransız saydığı önceki dönemde bu insanlarla, bunların hiç karşılaşmadığı Parisliler arasında hiçbir benzerlik, hiçbir ortak yan olmamıştır. Demiryolları insanların biribirinden tecrit edilmelerine son vermiş; parça parça topluluklar yerine,

⁸ Bk: Wallas, *The Great Society*, aynı yönde bir tartışma yapıyor.

⁹ D. Thomson, *England in the Nineteenth Century*, (Penguin Books, 1950), s. 42.

birleşmiş topluluk olan ulusların ortaya çıkışında demiryollarının önemli etkileri olmuştur. Bu sürecin sonunda yöresel lehçeler, yerel gelenekler ve kültürler zayıflamış, fakat ulus olgusu ve ulusçuluk son derece güçlenmiştir.

Kısacası teknoloji devrimin iki "önemli sonucu olmuştur. Önce, ulusal çapta grupları oluşturmuş ve bu tür grupların üyeleri arasında haberleşme ve ulaştırma olanaklarını sağlamıştır. İkincisi, bunların yanısıra, uluslar topluluğu içinde tek birimin ulus topluluğu olmasına yolaçmıştır. Almanya'nın gelişmesini anlatan Heaton da demiryollarının "Almanya'yı siyasal ve ekonomik birliğe kavuşturduğunu ve Alman İmparatorluğuna gerçeklik kazandırdığını; Almanya'nın batıya uzanan Kuzey Denizi ve Manş Denizi hattı; doğuya uzanan Rusya; ve güneye uzanan Avusturya, İtalya ve İstanbul hatları ile Avrupa'yla bütünleşmesini sağladığını belirtmektedir.¹⁰ Demiryollarının ilk gelişmeleriyle birlikte, eskinin yaylı posta arabaları ortadan kalkmış; bunların ne yolları ne de izleri kalmıştır. Daha sonraları bu karayolu araçlarının yerine otomobilin bulunması ve gelişmesi ise, demiryolları ile başlayan hareketin niteliğini değil, hızını değiştirebilmiştir. Birleşik Amerika'da özellikle ucuz, seri üretim işi otomobil yapımına geçiş sayesinde milyonlarca insanın bir ulus olduklarının bilincine varması sağlanabilmiştir. Otomobil olmasaydı bu kolay sağlanamazdı. Birleşik Devletler gibi geniş bir ülkede siyasal, ekonomik ve kültürel farklılıkları olan bölgelerin bulunması, birliğin tersi eğilimlere sebep olmaktadır. Bu eğilimin etkileri, örneğin, New England'dan Orta Batı'ya kadar yapılacak bir geziyle hemen anlaşılabilir. Fakat bu eğilim, otomobilin yaygın kullanımını ve Amerikalıların değişiklikten hoşlandıkları için her yıl binlerce kilometrelik yolculuk yapmaları sayesinde dengelenebilmektedir. Otomobilin, bugün de Amerikan ulusal birliğinin sağlanmasında başta gelen bir etmen olduğunu söylemek aşırı bir görüş sayılmamalıdır.

Görüş ve düşüncelerin hızla ve etkin bir şekilde yayılmasını sağlayan bir başka etmen de ucuz ve ulusal çapta posta servislerinin kurulması olmuştur. Posta servisleri yepyeni bir iletişim dalı olarak, özellikle, okuryazarlığın yaygınlaşmasından sonra gitgide daha büyük bir önem kazanmıştır. Kısa zamanda bütün ülkelerde kurulan posta servisleri çok kısa süreler içinde ve çok geniş ölçülerde etkide bulunmuş; propagandacıların çok ucuza ve çok çabuk bir şekilde en uzak yerdeki insanlara erişebilmelerini sağlamışlardır.

¹⁰ H. Heaton, *Economic History of Europe* (New York: Harper and Bros., 1936), s. 553.

Modern komünikasyon gelişmeleri incelenirken özellikle basın büyük bir önemle incelenmelidir. Bunun sebebi, basının propagandada kullanılan bütün iletişim araçları içinde en gelişkininin ve en yaygın şekilde kullanılan olmasıdır. Basının bu önemi, ancak şimdilerde radyo ve televizyon karşısında gölgelenmeye başlamıştır. Bir zamanlar sadece entellektüel bir azınlık için önem taşıyan basın, bir seri teknik yenilikler ve ondokuzuncu yüzyılda çıkarılan demokratik yasalar sayesinde, en önemli kitle haberleşme aracı durumuna yükselmiştir.

Modern basının gelişmesini ayrıntıları ile anlatmak burada bizim işimiz değildir. Oldukça uzun bir tarihçesi olan basının gelişmesi pekçok yazarca ayrıntılarıyla işlenmiştir.¹¹ Baskı tekniklerinde gerçekleştirilen yenilikler sayesinde gazete tirajları milyanları bulmuştur. Aslında bu yenilikler bile, yeni-egitim görmüş kitlelerin gazeteye yönelik taleplerinin bir ürünü olarak gerçekleştirilmiştir. Ne var ki, artık çok ucuza basılabilen ve satılabilen gazetelerin halk tarafından bu denli aranır kılınması için, halkın okumayı istediği şeylerin ne olduğunu anlamak ve yayın politikasını ona göre belirlemek gerekmiştir. Basın dünyasının bazı "devleti" bu gerçeği ilk görenler arasından çıkmıştır. İngiltere ve Amerika'daki modern basın, büyük ölçüde, artan okur-yazarlığın nasıl büyük bir okuyucu kitlesi yaratacağını gören ve gazetelerini mümkün olduğu kadar en geniş ölçüde kalabalıklara seslenebilen bir gazete şekline sokabilen az sayıda bazı kişilerin çalışmalarının eseri olmuştur. Amerika'da Joseph Pulitzer ve William Randolph Hearst; İngiltere'de Lord Northcliffe'ler ve Beaverbrook gibi kişiler halka seslenebilmekte etkin ve ucuz yollar arayanların izlediği örnek yerine geçmişlerdir.

Varsayım gereği demokrasinin temel özelliği sayılan görüş ve düşünce alış-verişi özgürlüğünü etkileyen en önemli modern gelişme ise, gazete tirajlarındaki artış olmuştur. Tiraj artışının yanısıra gazete sayılarındaki azalış ve gazetelerin gitgide az sayıdaki kimselerin elinde toplanması da belirtilmelidir. Nitekim, Birleşik Amerika'da 1920'de 27 milyon olan tüm gazetelerin tirajları toplamı 1957'de 58 milyona yaklaşmıştır. Aynı dönemde günlük gazetelerin 1915'de sayısı 2,502 iken, 1957'de 1,755'e inmiştir.¹²

Gazetelerin kitlelere seslenen yüksek tirajlı yayıncılığa başlamaları sonunda oluşan okuma alışkanlığını tatmin edebilmek için basılı yayınların tür ve içeriklerinde yeni çeşitlenmelere gitmek ge-

¹¹ Bk: özellikle, F. L. Motte, *American Journalism* (New York, 1941) ve S. Morison, *The English Newspapers* (Cambridge, 1932).

¹² UNESCO, *Basic Facts and Figures* 1959.

rekmiştir. Son elli yıl içinde her çeşit basılı yayınlarda artış olmuştur. Bu, bugün de devam etmektedir. Kitaplar, dergiler, risâleler, çeşitli bilgiler veren özel konulu gazete ve dergiler gibi herbiri propagandada haberleşme aracı olarak kullanılabilen yayın türlerinde artma olmuştur.

Tıpkı uzaklığın mekanikteki gelişmeler aracılığı ile fethedilmesi gibi, fikir ve düşüncenin yayılmasında bir başka engel olan zaman da, önce telgraf ve telefon, sonra da radyo ve televizyon sayesinde dize getirilmiştir. Bunlardan radyo ve televizyon, bugün en önemli kitle haberleşme aracı olmuşlarsa da, bunlar bugünkü durumlarına gelinceye kadar çok uzun zaman geçmiştir; telsizle haberleşmenin esasları yüzyılın ilk on yılında başarıyla ortaya konulduğu halde, kamuya seslenen ilk radyo yayınları ancak 1920'lerde başlayabilmiştir. Fakat bunun ardından gelen gelişmeler çok hızlı olmuş, radyo ve daha sonraları televizyon günümüzün sınırlı topluluklarında insanın günlük yaşantısında vazgeçilmez bir yer kazanmıştır. Batı Avrupa'da ve Birleşik Amerika'da istedikten sonra radyo ve televizyondan yararlanamayacak kimseler herhalde pek az kalmıştır. Yoksulluk bu konuda bir sebep olmaktan çıkmış; dinsel veya estetik nedenlerle, veyahut da toplumun istediği biçimde yönlendirilmekten çekinenlerin kendi anlayışları gibi nedenlerle, radyo veya televizyon almayanlar dışında bu araçlara sahip olmayanlar azalmıştır.

Haberleşme sürecinin hızının posta atlarının gücüne bağlı olduğu eski günlerde eski zaman imparatorlukları uzak yerlerdeki bel-deleri üzerinde çok sınırlı bir kontrol kurabiliyorlardı. Sömürgeci anavatana bilgi gelmesi ve anavatandan sömürgelere emirnameler gönderilmesi için günlerce, aylarca beklemek gereken eski zamanlarda, yerel komutanların geniş yetkiler kazanmalarını ve bunun bölücü etkilerde bulunmasını önlemek kolay olmuyordu. Günümüzde ise, önce demiryollarıyla şimdi de yayın ve haberleşmeyle hem zaman hem de mekân fethedilmiş bulunmaktadır. Resmi raporlar, emirler, enformasyon metinleri siyasal iktidarın etkisi altındaki en uzak köşelere kadar aynı anda gönderilebilmektedir. İlk kez haberleşme ihtiyacına, ve aynı anda da, bu ihtiyaca uygun haberleşme araçlarına sahip bulunmaktadırlar. Aynı şekilde, bugünün propagandacıları da geçmiş dönemlerin despotları gibi geniş bir potansiyel nüfuza sahip olmuş bulunmaktadırlar.

REKLAMCILIĞIN ETKİSİ

Buhar makinasının icadı ile insanların inanılmaz büyüklüklerde enerji elde etmesi sonunda dünya pazarlarına tüketim malları akımı

hızlanmıştı. Ondokuzuncu yüzyıl boyunca insanlar hammaddelerden mamül maddeler elde etmekte kullanılacak yeni yol ve yöntemler bulmakla uğraşmışlardır. Metaller, kumlar, kömürler, yünler, pamuklar, killer sınaileşmiş bölgelere akmış; buralardan makina, kap-kacak, banyo küveti, gemi, fabrika, demiryolu rayı veya pencere camı olarak geri dönmeye başlamıştır. Fabrikalar, kentler, sokaklar, evler ve insanlar kullansın diye yapılan bir sürü şey öyle tuhaf, öyle beklenmedik nitelikler almıştır ki, sonunda, anlamsız bir bollukla, hatta israfla karşı karşıya kalınmıştır. Üretimin talebi bile aştığı durumlarda ise —ki bu sık sık olmaya başlamıştır— üretim fazlasını massedecek yeni taleplerin oluşturulması yoluna başvurulmaya başlanmıştır. Toplumdaki ekonomik felsefe tarafından güçlendirilen acımasız rekâbet ortamında, imalât sanayiinde varlığını korumak isteyen girişimciler için önlerinde tek yol kalyordu: rakiplerini ortadan kaldırmak ve çökertmek. Sanayiciler ve perakende satışla uğraşan ticaret erbabı, günden güne yeni bir sorunla karşı karşıya olduklarının bilincine varıyorlardı: gitgide daha kolay imâl edilen mamülleri satabilmek için, ileri derecede uzmanlık isteyen ve gittikçe güç bir iş hâlini alan satışı yükseltmek. Düşünce ve kanaatların satışını hızlandırmaktan sonra, ticari reklâmçılık, mamül satma sanatı da rekabetçi sanayi toplumunun temel özelliklerinden biri hâlini almıştır.¹³

Reklamcılık ve tanıtma çalışmaları zamanla daha büyük önem taşımaya başlayınca, reklâm ve tanıtma teknikleri ve yöntemleri üzerinde daha ciddi inceleme ve araştırmalar yapılmaya başlamıştır. Reklamcılar rasyonel-olmayan telkinin, yeniliklerin çekici oluşunun, tekrarın gücünün ve basitliğin öneminin farkına varmışlardır. İhtiyaçlar reklamcılarını bir görüş veya mesajı görülmesi, anlaşılması, hatırlanması kolay ve kendisine uygun edimlere yolaçabilecek şekilde sunabilecek en etkin yöntemleri bulmaya mecbur etmiştir. Günümüzde, konu ile ilgili yazarlardan birçoğu propagandanın gelişmesi ile paralel bir gelişme olan reklâmçılığın gelişmesi arasında bağıntılar olduğu görüşündedirler. Propagandacıların birçok şeyleri ticari reklâmçılıkla uğraşanlardan öğrendikleri doğrudur. Gerçekten de modern propaganda teknikleri konusunda yapılan ilk çalışmalarda ticari olanaklardaki tecrübelerden yararlanılmıştır.¹⁴ Satacak

¹³ Ayrıntılı bir reklâmçılık tarihi burada gereksiz. H. Simpson'un *A History of Advertising from the Earliest Times* veya G. B. Hotchkiss'in *An Outline of Advertising* adlı eserleri yeterlidir.

¹⁴ Bk: örneğin, D. Dcott, "The Psychology of Advertising," *Atlantic Monthly*, XCIII (1904), ss. 29-36.

mamülü olanlar reklâmcılığın her tür ve biçimini de geliştiren ilk kimseler olmuşlar; duvar afişlerini ve markaları Orta Çağ lonca geleneklerinden almışlar; okuma-yazma bilmeyenlerin de anlayabilmesi için berberlerin kırmızı-beyaz şeritli silindirlerine, eczanelerin zehir ve yılan resimlerine bakarak çeşitli simgeler yaratmışlar; bültenler, haber broşürleri ve her çeşit basılı haberleşme aracından yararlanarak mallarını daha çok satmaya çalışmışlardır. Ticari reklâmcılığın bu araç ve yöntemleri bulup sınaması, bu araç ve yöntemlerin belirli görüş ve düşünceleri yaymak için geniş çapta kullanılmaya başlamasından çok daha önce olmuştur.

Modern dünyada en eski propaganda biçimi reklâmcılıktır. Reklâmcılık basının gelişmesi ve ticaretin genişlemesinin sonucunda ilerlemiş; propagandacıların, bugün, özellikle başta siyaset olmak üzere, başka alanlarda kullandıkları yöntemlerin çoğu, ticari reklâmcılık alanından aktarılmıştır.¹⁵

Açık olan bu durumun henüz yeterince anlaşılmayan bir yanı daha vardır. İleri derecede rekâbetçi bir toplumda, mesajını etkin kılmak isteyen reklâmcılar, en dikkat çekici uygulamaları benimsemek zorunda kalmışlardır. Zamanla, reklâmcılık tekniklerinin pratikteki uygulamaları ile iş yöntemlerinde yetiştirme programlarının sağladığı bilgilerden birlikte yararlanma yoluna gidilmiştir. Okullarda ise, satış yöntemleri konusunda öğrenci yetiştirilirken öğretmenler bilgilerini en etkin şekilde aktarabilmek için, daha çok, tanınmış, başarılı ve en orijinal reklâmları örnek vermek yolunu tutmuşlardır. Bu öğretmenlerin irrasyonel, çarpıcı ve gözcü reklâmları önemseme ve örnek verme eğilimleri yüzünden, belki de istemeksizin, reklâmların sloganlardan, yarı-gerçeklerden mübalağalardan ve telkinlerden başka birşey olmadığı inancı yayılmıştır.

Gerçekten, bu tekniklerin reklâmcılıkta geniş bir kullanım alanı bulduğu doğrudur. Fakat birşeyin reklâm olması için ille de bu öğelere dayanması gerekmez. Bir başka deyişle, reklâm sadece bunlardan oluşmaz. "Esas itibarıyla, insanları bir malı satın almaya kandırma süreci olan reklâmcılık, çoğu kez, irrasyonel, kaba ve avami bir görünüm taşısa da, reklâmcılığın irrasyonel, kaba ve yollardan insanları bir mal satın almaya kandırma süreci olduğu söylenemez. Reklâmcılığın veya propagandanın sadece kötü olan yanı ile değerlendirilmesi yüzünden birçok insanın yanlış yargılara varması, demokratik bir toplumda propagandanın ne gibi bir yeri

¹⁵ R. S. Lambert, *Propaganda* (London: Nelson, 1938), s. 32.

olabileceği sorununu aydınlığa çıkarmakta önemli zorluklar yaratmıştır. Her ne kadar propaganda ile reklâmcılığın gelişmeleri ve bunların kullandıkları teknikler birbirleriyle ilintili ise de, bu ikisinin birbirinden tamamen ayrı iki olgu olduğu da yaygın bir görüştür. Örneğin, William Albig, önce *Public Opinion*'da (1939) ve daha sonra *Modern Public Opinion*'da (1956) propaganda da kaynağın saklı tutulmasının daima temel ilke olduğunu savunmuştur. Propaganda, özündeki nitelikler yüzünden, gizli, alttan alta yapılması gereken, kimin tarafından yapıldığı anlaşılır anlaşılmaz, basit bir reklâma dönüşebilecek bir edim sayılmıştır.

Reklâmcılık, reklâmda kaynak açıklandığı ve reklâmı yapmanın niyeti kolaylıkla anlaşılıp çıkarılabileceği için propagandadan farklıdır (kaynaklar, bilimsel olduğu ileri sürülen bir araştırma kurumunun sözlerine dayanarak reklâm yapan bir besin maddeleri imâlatçısı firma örneğinde olduğu gibi, saklandığında ticari propaganda söz konusudur.)¹⁶

Fakat bu açıklamanın doğru bulunması zordur. Daha önce belirttiğimiz gibi, örtülü propaganda kavramı ortaya birçok güçlükler ve tutarsızlıklar çıkarmaktadır. Bu konuda propaganda ile reklâm arasında kuşku götürmez benzerlikler bulunduğunu; ikisinin, esasta, aynı şeyler olduğunu, herikisinin -şeyler veya düşünce ve fikirler hakkında insanların belirli bir yönde karar almalarını sağlamak için girişilen süreçler olduğunu kabul etmek daha yerinde görünmektedir. Bu bakımdan "reklâmcılık" ve "propaganda" çoğu defa, biri diğerini de ifade edebilen, anlamca aynı içeriklere sahip, fakat aynı olgunun biri ticari diğeri siyasi iki ayrı görünümü ifade etmek için kullanılan iki kavram sayılabilir. Bu görüş, bir süre önce H.C. Brown tarafından da savunulmuştur. Bu konudaki tezinde Brown propaganda ile reklâmın, her ne kadar reklâm belirli kimselerin yararına mal sattırmayı amaç edinmekte ise de, aynı şeyler sayılabileceğini; propagandanın da görünüşte toplum yararınaymış gibi olsa bile, aslında, belirli kimselerin çıkarları için girişilmiş bir *fikir ve görüş satışı* işinden başka birşey olmadığını ileri sürmüştür.¹⁷

Propaganda ve reklâm olgularının bu türlü ele alınması insanın, reklâmın propagandaya oranla daha yüksek ahlâki değer taşıdığını söylemek için katlanılması gereken mantık problemlerinden de kurtulmasını sağlamaktadır. Diğer yandan, ticari reklâmlarda da

¹⁶ W. Albig, *Modern Public Opinion* (New York: McGraw-Hill, 1956); s. 285.

¹⁷ H. C. "Advertising and Propaganda," *International Journal of Ethics*, XL (1929), ss. 39-40.

büyük ölçüde siyasal içerik bulunabilmesinden ötürü karşılaşılan sınıflandırma güçlükleri de ortadan kaldırılabilmiş olmaktadır. Bu son nokta özellikle ilginç ve önemli bir noktadır. Gerçekten, büyük firmaların pekçoğu kendi prestij ve adlarının "kamu yararına" açılan kampanyalarda kullanılmasını uygun gördüklerinden, bugün neyin siyaset neyin ticaretle ilgili olduğunu birbirinden ayırt etmek güçtür. Bu tür reklâmlar için örnek verilmesi gerekirse, 6 Haziran 1953'te *Picture Post* gazetesinin İngiltere Hükümdarının Taç Giyme Töreni dolayısıyla çıkardığı özel sayıda yayınlanan bir reklâm gösterilebilir.

Sizlere; Barış ve Ticaret davamızda doğal müttefikimiz, savaşta yoldaşımız, kanca yakınımız ve kuzenimiz Britanya Halkına, biz Birleşik Amerika'da THE NATIONAL CASH COMPANY'nin kadın ve erkek personeli, sevinçle karşılamağa hazırladığınız bu MUTLU GÜNÜMÜZDE en derin ve en gerçek komşuluk duygularıyla dostluk elimizi uzattığımızı; ve Uluslarımızın geleceğinde ve kaderlerinde bizleri aramızdaki denizden başka hiçbir şeyin ayıramayacağına her zaman olduğu gibi bugün de tam bir inanç beslediğimizi ifade etmek isteriz.

TANRI KRALİÇE II. ELİZABETH'İ KORUSUN.

(İmza) S. G. ALLYRING — Başkan

Ticaret, Maliye, Sanayi ve Kamu Yönetiminde Kullanılan Bütün Dünyaca Ünlü Hesap Makinaları, Mukayyit Kasalar ve Para Kayıt Makinaları İmalat İşleri Firması.

Bu metnin İngiliz-Amerikan ittifakı yararına propaganda yaptığı açıktır. Ama bunun yanısıra, *National Cash Register Company*'nin de bundan yararlanacağı açıktır. Tanıtma çalışmalarının bu iki görünümünü birbirinden ayıracak ve aralarında bir sınır çizecek nitelikte tanım yapabilmek, görülüyor ki, olanaksız denecek kadar güçtür. (*)

(*) Gerçekten bu doğru görünüyor. Nitekim, Amerikan özel sektörünün reklâm harcamaları üzerine yapılan bazı yeni araştırmalar bu "güçlüğü" aşabilmek için, yeni bir ölçüt (kriter) kullanmaya başlamış bulunuyorlar. Bu yeni ölçüte göre, bir firma, yaptığı reklâmlarla kendi ürünlerinin satışını arttırmayı amaçlıyorsa, bu durumda, yapılan reklâm bir "reklâm" sayılmakta; eğer, Amerikan Demiryolları Birliği, Kimya Endüstrisi Birliği, ya da, bu birliklerdeki büyük corporate firmalar topluluğu biçimindeki tek tek kuruluşlar yaptıkları reklâmlarda demiryolunun karayolu taşımacılığına göre sahip olduğu/olabi-

PROPAGANDANIN GİTTİKÇE GÖRÜLÜR HALE GELMESİ

Liberal felsefenin, büyüyen sanayi kentlerinin ve nüfustaki hızlı artışın birlikte etkileriyle ortaya çıkan sosyal, ekonomik ve siyasal güçler nedeniyle bugün propaganda dediğimiz olgu ile karşılaşmış bulunuyoruz. Ne var ki, propagandacıların bulup uyguladıkları bazı yöntemlerin yepyeni şeyler olması ve "şamatacı" görünüşleri yüzünden, birçokları, propagandanın ne olduğu ile, bu "şamatacı" uygulamaların birbirinden ayrı şeyler olduğunu gözden kaçırır olmuştur. Propagandayı propagandanın bu belirli ve seyrek sayılması gereken özel uygulama tarzlarından ayıramama yetersizliği, asıl önemli sorun olan kamuoyu kontrol sürecinin anlaşılması ve aydınlatılması konusunda girilen çalışmalar üzerinde ciddi ve sakıncalı etkilerde bulunmuştur. Bu sorun, özellikle halk arasında konuya karşı büyük bir ilginin uyanmasına neden olan Birinci Dünya Savaşından sonra önem kazanmıştır.

Bu konuda üzerinde durulması gereken ilk sorun, siyasal bilimcilerin sosyal hayattaki bu yeni faktörün önemini nasıl farketmiş olduklarıdır. Propagandanın varlığı nedeniyle demokrasinin temelindeki varsayımların yeniden düşünülmesini sezinleyen ilk yazar B. Jerrold olmuştur.¹⁸ Jerrold 1883'de, oy kullanma hakkının genişlemesi nedeniyle kamuoyunun "bakanların yöneticiliklerini devam ettirebilmek için dayandıkları bir güç" haline gelmesi yüzünden "kamu oyu imalinin" de çok daha derinlemesine incelenmesi gerektiğini yazmıştır. Kamuoyu imalinin, Jerrold'a göre, "uzun süre çocukluk döneminden kurtulamayan," fakat artık yeni bir görünüm ve önem kazanmış bulunan bir san'at sayılması gerekmektedir. "Kamu oyu imal edenler" ve bunların gittikçe güçlenmeleri sözlerinden de anlaşılacağı gibi, Jerrold, tanıtma ve propaganda çalışmalarının gelişen yeni teknikleriyle birlikte liberal demokrasi anlayışı için ciddi bir tehlike teşkil ettiğini görebilmiştir. Jerrold'a göre, pro-

leceği üstünlükleri, ya da petro-kimya ürünlerinin üstünlüklerini değil de, Amerikan ekonomisinin verimliliğinde büyük firmaların "olumlu" rollerini vurgulamayı amaçlıyorsa, bu durumda reklâmın amacı belirli bir "malı" satmak olmaktan çıkıp, ortadaki "toplumsal sistemi" **haklılaştırmak** (anti-tröst yasalarının, Sol'un, demokrat kesimlerin **tekelci kapitalizme** yönelttikleri eleştirileri etkisiz kılmak) ve toplumsal formasyonu politik ve kültürel düzeylerde yeniden-üretmek olmaya başladığı için, yapılan bu tür "reklâmlar" bildiğimiz anlamda "reklâm" değil, **bir belirli ideolojinin satışını yapmak** olduğu için, yapılan iş, reklâm sayılmaması gereken bir iş olmaktadır.

¹⁸ B. Jerrold, "On the Manufacture of Public Opinion," *Nineteenth Century*, XIII (1883), ss. 1080-92.

paganda sayesinde, bazı kimseler görünüşte hiç değişmemiş gibi tutarak "temsili sistemi temelinden zayıflatmak ve geçersiz kılmakta" sonsuz bir güç elde etme olanağına erişmişlerdi.

Ondokuzuncu yüzyılın son yirmi yıllık döneminde siyasal bilimciler ve düşünürler yalnızca oy verme hakkının genişletilmesi ve genel oy ile insanlığın sorunlarının çözümlenmeyeceğini farketmeye başlamışlardır. Bundan birkaç yıl öncesinde ise, de Tocqueville ve J. S. Mill "çoğunluğun tiranlığından" söz ederek uyarılarda bulunmuşlardı. Bu kere ise, az sayıdaki bazı kimselerin kendi düşüncelerini ve inançlarını çoğunluğa empoze etmek, sonra da çoğunluğun ağırlık ve gücünü kullanarak kendisinden değişik yönde düşünenleri susturmanın yollarını buldukları görülüyor. Varılan, gene az sayıdaki birkaç kişinin tiranlığı oluyor. Fakat, bu kere, çoğunluğun iradesine dayanıyormuş gibi görünme olanağı kazanılmıştır. Bu düşünceleri, 1888'de bu konular da yazan S. Kydd'in satırlarında da görmekteyiz :

İktidar genel oyla seçilen bir meclisin elinde toplandığında, siyasal spekülasyonlar ve içten pazarlıklı söylevciler geçmişteki despotlardan, krallardan ve hanedanlardan bile daha büyük etkinlik kazanabilirler.¹⁹

Yüzyılımızın başında ise temsili hükümet mekanizmasının liberal yaratıcılarının umdukları gibi düzenli işlemediği gözle görülür bir hal almıştır. Demokrasinin teorisi ile uygulaması arasındaki boşluk gitgide gözle görülür bir hal aldıkça, demokratik tezin bütününü reddine kadar uzanan geniş bir kırgınlık ve umutsuzluk ortamı belirmiştir. Ostrogorski, Michels ve diğer düşünürleri demokratik liberal düzenin çökeceği şeklinde kehânetlerde bulunmaya iten de işte bu ortam olmuştur. Aynı şekilde Graham Wallas da *Human Nature in Politics* adlı eserini bu dönemde yazmıştır. Wallas, eserinde bütün bir Avrupa'da demokratik teorinin gündelik hayatta görülen uygulamasının büyük bir hoşnutsuzluğa sebep olduğunu belirtmiştir. Özgürlük, eşitlik, akıl yeteneği ve halk yönetimi gibi kavramların yerine -bu gibi kavramlar bir kenara atılmışlardı- yeni düşünce akımları yönetim sorununa çok daha "gerçekçi" bir yaklaşımla eğilmek; bu konudaki değerlendirmelerde, insan davranışlarından" gözlemlerle elde edilecek verilere dayanmak gerektiğini savunmaya başlamışlardı. Ne var ki, "gözlemlerle elde edilen veriler" çoğu defa, önceki dönemin inanışlarının düpedüz, ters-yüz edilmiş aynısı olmaktan ileri gidebilmiş de değildi.

¹⁹ S. Kydd, *A Sketch on the Growth of Public Opinion* (London, 1888), s. 84.

Wallas bu tür "gerçekçi" yaklaşımların da, halen toplumda yaygın olduğu görülen ondokuzuncu yüzyıl entelektüel dogmatizmi kadar tehlikeli ve gerçek-dışı olabileceğini kavramış bir yazardı. Kendisi iyi bir gerçekçi olduğu için, demokrasiye temel teşkil eden bazı belirli varsayımların güçsüzlüğünü görmüş; fakat, bunlara dayanarak anti-demokratik yargılara varanların düşüncelerine katılmaya da yanaşmamıştır. Demokrasiye olan inancını yitirmeyen Wallas demokrasiye daha sağlam temellere oturtmaya çalışmıştır. Bunun için de, önce, geleneksel demokratik anlayışın boş inançlarını açıklamış, sonra da bu boş inançların yarattığı güçlükleri gidermek için çareler önermiştir. Demokratik teorinin kurucuları insan onuruna yaraşan ve insanın gelişmesine daha yatkın bir siyasal düzen bulduklarına inanmakta haklı ve içdenlikliydi. Fakat, siyasal hayatta insan aklının oynayacağı role eleştirisiz bir tutumla aşırı önem ve ağırlık verdikleri için, kendi kurdukları mekanizma; özellikle temsilcilerin seçilmesiyle ilgili mekanizma, kendi ideallerinin gerçekleştirilmesinde hiç de etkin olamamıştır. Bugünkü parlamenter kurumların yaratıcıları, diyordu Wallas, tamamen entellektüel, açıkça yanlış ve gerçeklik-dışı bir insan doğası anlayışından yola çıkmışlardır.²⁰ "Temel varsayımları insanların, kendi yararlarına olacak şekilde, usa vurmanın sonucu olan kanaatlara göre hareket edecekleridir." (s. 98) Eğer demokrasinin daha sağlam temellere dayanması isteniyorsa, bu varsayımın terkedilmesi gerekmektedir. "Siyasal düşüncelerini insan doğasının işleyişinin incelenmesiyle elde edilecek verilere dayandıracak olan kimseler, işe kendi kafalarındaki insanoglunun entellektüel yanına aşırı önem verme eğilimini bastırarak başlamalıdır." (s. 21)

İnsanın sadece akıl ile değil, fakat çoğu defa "duyguları ve güdüleri" ile hareket ettiğine dair yargılarına dayanan Wallas, bir adım daha ilerleyerek, bu tür "duygu ve güdülerin" belki de güdümleyici tarafından istenen yönde eylem ve edimlerin oluşturulması için bilinçli ve kasıtlı olarak yaratılabileceklerini ileri sürmüştü. Profesyonel politikacıların oy-toplama tekniklerinin başarılı bir temsili de-

²⁰ Human Nature in Politics'de. Altındaki iki paragraftaki atıflar birinci basımdan (1908).

(*) Bunlar da, reel-toplumun karşısında seçkin bir tavırla yapılan plebce betimlemeler olmaktan ileri gitmiyor. "İnsan doğasında" böyle güdülerin bulunduğunu savunanlar, "toplumun yozlaşması" önlenmek isteniyorsa, her türlü "yozlaşmadan münezze" kendileri gibi "aydınlara" kulak verilmesini isteyen; sorunun bundan "ötesini" düşünmeye yönelmeyen sinik (kinik) aydınlarla aynı görüşü savunuyorlar. Bu tür moralistik açıklama oluyor yapabildikleri.

mokrasinin işleyişi için ciddi bir tehlike teşkil ettiğini görebilen ilk yazar Wallas değildir. Bununla beraber, belirli bir kurumsal çerçevede insan doğasını en iyi yansıtan şeyin modern oylama pratikleri olduğunu ilk gören Wallas olmuştur. Oy hakkı genişledikten ve sonuç olarak otoritenin kamuoyunu kendisine temel alması zorunlu kılındıktan sonra, siyasal hayat kamuoyu üzerinde kontrol kurma işinde profesyonelleşmiş kişilerin daha bir dikkatle eğildikleri başlıca konuları olmuştur. Tanıtma ve propaganda çalışmalarında yeni yöntemlere ihtiyaç duyulurken, bir yandan da haberleşme alanında devrim niteliğinde teknik gelişmeler sağlanmıştır. Aynı dönemde bu yeniliklere sosyal psikoloji alanındaki yeni buluşlar da katılınca insanoglu "kitlelerin duygu ve düşüncelerinin profesyonel ve acımasız politikacılar tarafından güdümlenebileceği" (s. 201) korkusuna kapılmıştır.

Siyasetle ilgili konuları anlamak ve açıklamakta psikolojinin taşıdığı önem Freud'dan zamanımıza kadar birçok yazar tarafından işlenmiştir. Fakat bu bölümde ele aldığımız dönem içinde, propaganda sorunu başta olmak üzere, bu konuda en önemli katkılarda bulunan yazar, belki de, Walter Lippmann olmuştur. 1913 yılında yayınlanan *A Preface to Politics* ve 1922'de yayınlanan *Public Opinion* adlı eserlerinde psikologların teknik yöntemlerinin ve bulgularının politika bilimine ve politik hayata uygulanması sorunu üzerinde durmuştur.

Lippman'ın "oydaşma oluşturma" terimi ile anlatmak istediği olgu politika kadar eskiyse de, basit deneylerin, sezginin ve sınama yanılmaya dayanan buluşların yerine bilimsel analiz yöntemlerinin konulması ve geliştirilmesi modern propagandanın ortaya çıkışıyla olmuştur. Psikolojik araştırmalardan elde edilen bulgular ve büyük haberleşme yenilikleri bu bilimsel yöntemlere eklendiğinde demokrasi uygulaması temelinde değişmiş; "ekonomik iktidarın değişmesine oranla bile, bu alanda, çok daha önemli bir devrimle" karşılaşılmıştır. Bu olgunun tamamlandığı yıllarda siyasal hayatın kontrolünü ellerinde bulduranlar "ikna sanatının kendine özgü bir iş" ve "halka dayanan yönetimin en gerekli organı" olduğunu görmüşlerdir. Toplumda oydaşmanın nasıl yaratılabileceğini gösteren bilgiler bütün politik hesap ve düşünceleri değiştirmiş; çoklarının fark edemediği ölçüde, "bütün siyasal varsayımlarda değişikliklere yolaçmıştır." Bu koşullar altında, insan davranışlarının bilginin denetimi altında olduğu yolundaki demokrasinin kökenindeki *dogma*'nın kabulü; bu denetimin de "doğrudan doğruya insan doğasının sonucu olduğu" görüşünün anlamlı bulunması güçleşmeye başla-

mıştır. Yeni koşullar altında bu tür bir teoriyi temel olmak aldanmak ve gerçeklere uygunluğu gösterilemeyen "ikna biçimlerinin" etkisine açılmak tehlikesini görmezlikten gelmek olacaktır. Propaganda olgusu karşısında eğer dış dünya ile ilişki kurmak istiyorsa insanın eskisi gibi" vicdanın sesini dinlemesinin, sezgilerine güvenmesinin ya da etrafında rastlayabileceği samimi kanaatları kendisine destek almasının olanaksızlaştığı açıkca ortaya çıkmış bulunuyordu.²¹

Kamu oyunun karakterini saptamak için giriştiği incelemeler sırasında Lippmann "stereotype" terimini de ilk olarak kullanan yazar olmuştur. Bu terimle Lippmann, insanın şey'ler hakkında sahip olduğunu sandığı bilgileri ifade etmiştir. Ancak, boş inanlara (myth) dayanan, asılsız "hayallere", vb. dayanan bu tür bilgilerin uyanık insan aklının ürünü olan gerçek bilgilerden tamamen farklı şeyler olduğu belirtilmiştir.²² Belki de etkisinde kaldığı Sorel²³ gibi, Lippmann da, boş inançların, efsanelerin veya *stereotype*'lerin halk kitlelerinde heyecan ve çeşitli duygular yaratmakta kullanılabilceği görüşündeydi. Lippmann soyut inanışların, bir ulusun veya ırkın üyesi ya da bir yörenin yerlisi olmaktan duyulan gururun, eski geleneklerden şan ve ögünç aramanın, bireysel arzuların ve halk kitlelerindeki "avamca" tutkuların basit halk kitleleri için gerçeklerin kendi varlığından çok daha büyük "gerçekler" yerine geçtiğini anlamış bulunuyordu. Boş inanışlar ve "efsaneler" başka birşey sayılmaması gereken hikâyeler üzerinde demokratik teori fazla durmamış; bunları derinlemesine incelememişti. Propagandacılar ise, bunlara çok büyük bir önem veriyorlardı. Boş inanışlar ve "efsaneler" kavramları, yakalanmaları güç şeyler olduğu için bunları yoğurmak, istendiği şekilde biçimlendirmek gerçeklerle oynamaktan çok daha kolaydı. Diğer yandan, bunlar, inananlar için hayatın kendisi kadar gerçeklik kazanmış şeylerdi. Bu dönemde birkaç yıl sonra Faşistler bir siyasal kontrol aracı olarak boş inanışların ve "efsanelerin" anlamı üzerinde durmaya başlamışlardır.

Fakat hemen belirtmelidir ki, boş inanışlar ve "efsaneler" sadece Faşistlere özgü bir olgu sayılamaz. Mussolini'nin sözlerini aktarırsak: "Boş inanışlar ve efsaneler bir iman, bir tutkudur. Bunla-

²¹ Bu paragraftaki alıntılar *Public Opinion*'dan, ss. 248-249.

²² "Gerçek bilgi" sözünün kullanılmasını doğru bulmayan bilgilimciler (epistemologists) hakkındaki bilgiler Walter Lippmann'dandır. Konu üzerinde bizim durmamız gereksiz.

²³ G. Sorel, *Reflection on Violence* (London: Allen and Urwin, 1915), ss. 135 ve sonrası.

rın gerçekliğinin olması gerekmez. *Myth*'lerin gerçekliği bunların bir inanış, bir umut, bir iman, bir cesaret kaynağı olmalarından-
dır."²⁴ Propagandacılar için *myth*'ler en önemli *stereotype* örnekleri-
dir. İnsanların bilgi saydığı şeylerin pek çoğunun aslında sadece
bir *stereotype*'ler kümesinden ibaret olduğunu bilmedikçe, bunun
nedenini anlamadıkça, propaganda olgusunun niçin bu denli etkin
ve başarılı olduğu da anlaşılabilir.

Gerek siyasal hayatta bir etmen olarak ve gerekse akademik
inceleme konusu olarak "propaganda" konusu, göreceli olarak, asıl
bu yüzyılla birlikte gelişmeye başlamıştır. Bununla beraber, kamu
oyunun kitlesel çapta denetim altına alınabilmesinin artık imkânsız
bir şey olmadığını göremeyenler; bu olgunun önemini ve anlamını
kavramayanlar yüzyılın başlarında da çoğunluk denecek sayılarda
olmaya devam etmişlerdir. Toplumun propaganda sorunu ile ilgilen-
mesi ve propaganda olgusunun farkına varması 1914-1918 savaşının
etkisiyle olmuştur. Birinci Dünya Savaşının çağdaş propaganda an-
layışı üzerindeki etkileri bundan sonraki bölümde ele alınacaktır.

²⁴ B. Mussolini'nin 1922'de Napoli'de verdiği bir söylevden alan: H. Finer, *Mussolini's Italy* (New York: Henry Holt, 1935), s. 218.