

PSİKOLOJİK PROPAGANDA: YİRMİNCİ YÜZYILIN İLK YARISINDA FİKİRLERİN FİKİRLERLE SAVAŞI

Lynette FINCH*

Propaganda is a crucial part of contemporary wars. As a means of leading an operation against enemy and friend, the psychological propaganda is dealt in this essay in a detailed way. After giving a definition of the subject, the author discusses the subject by the help of different examples.

Eğer tarihî bir öykünün bir başlangıcı olması gerekseydi, savaşlarda modern propaganda öykülerinin kökenleri en azından 1622 yılının Ocak ayına dek uzanırdı. Bu ayda Papa 15. Gregory Bohemya, Alsas ve Filistin'deki dini savaşlardaki son gelişmeleri öğrenerek durumun silâhlı güçle kontrol edilmesi için çok geç kalındığına karar verdi. Protestan Reformunun etkilerini bertaraf edebilecek yeni metotlara ihtiyaç vardı. Bu nedenle Papa: "Katolik inancının barışçıl propagandasını gerçekleştirecek kalıcı bir örgütün gerekli olduğu," yönündeki fikrini açıkladı. 22 Haziranda da Roma Katolik Kilisesinin "yeni dünyaya inancı taşıyacak ve onu eskinin içinde geliştirip güçlendirecek" resmî organı olan Sacra Congregatio de Propaganda Fide oluşturuldu. Böylece ilk kez kamuoyunu etkilemek üzere fikirlerin sistemli şekilde dağılmasını sağlayacak resmî bir propaganda örgütü kurulmuş oluyordu.¹ Oxford sözlüğünde George Seldes'e atıfla: "Avrupa'da kullanılan şekliyle propaganda sözcüğü, Amerika'da kullanıldığı gibi kötü bir anlam taşımamaktadır." denilmektedir. Bu oldukça şaşırtıcıdır; zira Terance Qualter, Gregory'nin plânın görünmeyen mirasının "propaganda" sözcüğüne Papalık tarafından Katoliklik inancının yayılması için oluşturulan kampanyada, Güney Katolik topraklarında olumlu anlamlar yüklenirken, Kuzey Protestan ülkelerinde kötü yan anlamlar yüklendiğini belirtmektedir.²

* Bu makale *Armed Forces & Society* dergisinin Cilt 26, Sayı 3, Bahar 2000 sayısındaki İngilizce orijinalinden Rengin Gün tarafından çevrilmiştir.

¹ Terence H. Qualter, *Propaganda and Psychological Warfare* (New York: Random House, 1962), ss. 3-4.

² Qualter, *Propaganda and Psychological*, s. 4.

Avrasya Dosyası, İstihbarat Özel, Yaz 2002, Cilt: 8, Sayı: 2, ss. 80-99.

Propaganda: Sözcüğe Yüklenenler

19. Yüzyılın ortalarından İkinci Dünya Savaşı'na dek savaşta propagandayı asıl İngilizler ve Amerikalılar kullanmıştır; ve her ikisi de sözcüğe kötü bir anlam yüklemişlerdir. 1927 yılında Amerikalı siyaset bilimci Harold Lasswell'in bu popüler negatif anlamı tersine çevirecek bir çalışma yayımlamasına dek, anlam algılandığı gibi kalmıştır. Lasswell'in Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda Teknikleri çalışması geniş bir etki alanı bulmuştur. Bunun nedeni propagandanın ana unsurlarını ele alması, modern kampanyalar için açık ve anlaşılır metotlar içermesi ve Propaganda Bakanı olan Joseph Goebbels'in kendisini bu konuda oldukça meşhur etmesidir. Hem Lasswell'in çalışması hem de bir diğer Amerikalı siyaset bilimci Leonard Doob'un Propaganda: Psikolojisi ve Tekniği adlı çalışmaları Almanya'da 1930'lu yıllarda dikkatle okunmuş ve uygulanmıştır.³ Lasswell'in çalışması savaş sırasında propagandanın ne sinsi ve hilekâr, ne de uğursuz olmadığını anlatan ilk esas Amerikan çalışmasıdır. Ona göre, propaganda kalıcıdır; modern askeri savaşların ve modern hayatın diğer alanlarının da vazgeçilmez bir unsurudur. Lasswell'e göre, propaganda bir meslek hâline gelmiştir. Modern dünya zihinleri ya da zihinlerdeki kalıpları kendi istekleri doğrultusunda değiştirmeye çalışmakla uğraşan insanlarla doludur. Hükümetlerin de artan bir ivme ile yardım ve tavsiye alma konusunda profesyonel propaganda uzmanlarına güvenme eğiliminde olmaları beklenmektedir.⁴ Lasswell propagandayı: "seçeneklerin ve davranışların diğer koşulları değiştirmek yerine, sosyal fikirler ileri sürülerek doğrudan manipülasyon yoluyla yönetilmesi," şeklinde tanımlamıştır.⁵ Bu da maddî şartları değiştirmeksizin durumun genel algılanışının değiştirilmesi demektir. Lasswell özellikle Amerika şartlarını düşünerek: "propaganda sözcüğü pek çok zihinde kötü bir anlamla çınlamaktadır." demiştir.⁶ Bu Amerikan ya da İngiliz hükümetlerinin propagandayı modern savaşın bir aracı olarak açıkça kullanmak istemelerinden yıllar önce oluşmuştur; aslında bu durum en iyi şekilde İkinci Dünya Savaşı'nda meydana gelmiştir. İngiliz gazeteci Beatrice Leeds'e göre Rusya'nın Almanya'ya savaş açtığı anda "propaganda" sözcüğü de ittifak kuvvetleri memurlarınca kabul edilebilir hâle gelmiştir. "Memurların zihinlerinde propaganda araçlarının resmîyeti ile

³ Arthur Upham Pope, 'German Psychological Warfare', Ladislas Farago (der.), German Psychological Warfare, (New York: G. P. Putnam's Sons, 1942) içinde, s. x.

⁴ Harold D. Lasswell, *Propaganda Technique in World War*, (Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1971), s. 34.

⁵ Lasswell, *Propaganda Technique*, s. 9.

⁶ Lasswell, *Propaganda Technique*, s. 2.

.....
 : **Rusya'nın Almanya'ya**
 : **savaş açtığı anda**
 : **"propaganda" sözcüğü de**
 : **ittifak kuvvetleri**
 : **memurlarınca kabul**
 : **edilebilir hâle**
 : **gelmiştir**
 :

daha önce kullanıldıklarında, yol açtıkları arasında bir karmaşa oluşmuş, "propaganda" sözcüğünün kullanılması bile silâh kullanımını gibi algılanmıştır."⁷

Her iki Dünya Savaşı sonrasında da demokrasilerde bilgi kaynaklarını sağlayan halkların parçalanması yaşanmıştır. Pasifik

Savaşı'nın bitiminin sadece üç yıl ardından Ralph Block bir kez daha: "Amerika Birleşik Devletleri'nde eğitim ve bilgi iyiydi; propaganda ise kötü," demektedir.⁸ ABD ile SSCB arasındaki tansiyonun Soğuk Savaşta artmasıyla birlikte "propaganda" yeniden demokrasi düşmanlarınınca idare edilen bir hareket tarzı olarak tartışılmaya başlanmıştır. Geçmişini açıklamak bile kökenlerini incelemeyi gerektirir. Örneğin, Nazilerin, Amerika ve İngiltere'nin Birinci Dünya Savaşı'nda izledikleri propaganda metodolojisini çalışıp aynen İkinci Dünya Savaşı'nda kopyalayıp uygulamalarını, Robert E. Summers Soğuk Savaş Dönemi'ne ait makaleleri topladığı kitabında: "Naziler psikolojik teknikleri kullanmış ve 1941 yılına dek bu tekniklerle amaçlarına ulaşmışlardır." diyerek açıklamaktadır.⁹ Soğuk Savaş Dönemi Başkanı Harry Truman Amerikan propagandasının en önemli savunucularındandır ve "propaganda" ile "gerçeği" birbirinden ayırmak gerektiğini belirtir. Ona göre, "propaganda" bu çatışmada Komünistlerin sahip olduğu en önemli silâhtir. Hile, gerçeği çarpıtma ve yalanlar Komünistler tarafından sistemli ve kasıtlı bir şekilde kullanılan politika unsurlarıdır. Diğer yandan "gerçek", Komünist totaliterliğin yayıldığı her yerde Amerika'nın özgürlük ve demokrasi konularında dürüst bilgi aktarımı yoluyla onu bertaraf etme aracıdır.¹⁰ 1948 Bilgi ve Eğitim Değişimi Yasası ile Amerikan yanlısı, propaganda sözcüğünü hiç kullanmayan ve dünyaya demokratik etkiyi yaymayı hedefleyen bir propaganda ağı olan "Amerika'nın Sesi" radyosu kurulmuştur.

Birinci Dünya Savaşı'nın hemen ardından SSCB, Almanya, ABD ve İngiltere, sosyal bilimlerin göreceli yeni bilimi olan psikolojinin

⁷ Beatrice Leeds, 'How Firm is the Atlantic Handclasp', *Horizon*, 26 Şubat 1942, s. 88.

⁸ Ralph Block, 'Propaganda and the Free Society', *Public Opinion Quarterly*, Kış 1948-1949, ss. 676-86.

⁹ Robert E. Summers, *America's Weapons of Psychological Warfare*, New York: Arno Press, 1972, s. 11.

¹⁰ Harry S. Truman, 'Fight False Propaganda with Truth', *The American Society of Newspaper Editors*, (Washington, D.C.), (20 Nisan 1950) içinde.

kamuoyunu etkileme çalışmaları üzerine entelektüel tartışmaların gerçekleştirildiği merkezler haline geldiler. İki savaş arası dönemde Almanlar psikolojinin olası kullanım alanlarını daha önce olmadığı şekilde genişlettiler ve on yılın sonunda Alman ordusunda, demiryollarında, posta hizmetlerinde, ticarî taşımacılıkta, işçi değişiminde, istatistik bürolarında ve polis kuvvetinde deney laboratuvarları kurdular. 1930'lu yılların başlarında kitlesel psikoloji testleri en azından 13 Alman üniversitesi ve 9 teknoloji enstitüsünde uygulanmaktaydı ve her bir test reklâmcılık, revizyonist tarih araçları yoluyla manipülasyon ya da yeni üretilen hikâyeler gibi propaganda mesajlarına karşı verilen duygusal ve davranışsal tepkileri ölçmekteydi.¹¹ Aklın dış dünyayı nasıl algıladığı ve özgür iradeli katılımcının ilgisi ile meşgul olunması, bu Alman laboratuvarlarında sosyal bilimcilerden çok psikologların görev aldığı anlamına gelmektedir. Birinci Dünya Savaşı, sosyal bilimcilere gerek bireysel zihinsel süreçlerin ve nevrozların gerekse kitlesel tepkilerin ve toplumsal davranışların analizi yoluyla pek çok vaka sağlamıştır. Kitlesel tepkiler alanında çalışan Walter Lippmann etkili çalışmasını kamuoyu teorisi üzerine yapmıştır. Bu çalışmanın en önemli mirası gerçekler ve fikirler arasındaki dolaylı ilişki olmuştur. Lippmann'ın iki savaş arası dönemdeki yayımları, insanların akıllarında oluşturulan imajların gerçeğe ilgili, ilgisiz, doğru ya da yanlış bile olsa bir çağrışım yarattığı üzerinedir. Bu çağrışımlar onun deyişiyle "stereotipler"dir ve "sahte bir çevre" oluştururlar. Stereotipler, bir insanın sahte çevresi ile kendi bilgileri arasına eklenen olgulardır. Bu sahte çevreye karşı gösterdiği davranış da o insanın tepkisidir.¹² Lippmann'a göre, gerçek, insanların yorumlayamayacağı kadar karmaşıktır. Lippmann: "bizler bu kadar incelikle uğraşabilecek kadar donanımlı değiliz; çok fazla çeşitlilik ve çok fazla permütasyon ve kombinasyon var. Aynı zamanda bu çevrede hareket etmeliyiz ve onunla başa çıkabilmek için de bu çevreyi basit bir model üzerine oturtmalıyız." demektedir. Bir kamuoyu analizcisi için ilk olgu, kamuoyunun oluşturulmasını ve manipülasyonunu sağlayan etkenler olarak "davranış biçimi, bundaki insanî yansımalar ve bu yansımalarla karşı insanî tepkilerin" hatırlanması gereğidir. İnsanlar kendi sahte çevrelerini kendileri oluştururlar ve davranışlarını, fikirlerini, duygularını buna göre şekillendirirler. Bu nedenle propagandacının görevi onlara gelişen sahte çevreler yaratmaktır. Propaganda, ya da psikolojik savaş, insanların bu savaşa karşı

¹¹ Farago, *German Psychological Warfare*, ss. 15-16.

¹² Walter Lippmann, *Public Opinion*, (New York: The Free Press, 1965), ss. 10-11. Burada O.E.D. tarafından kullanılan "önyargılı ve oldukça basitleştirilmiş ve bir insanın ya da durumun fikri veya bu durum üzerine oluşturulan bir davranış" anlamına referansta bulundum.

.....
••••••••••••••••••
Propaganda, ya da psikolojik savaş, insanların bu savaşa karşı tutumlarına karar vermelerini sağlayan şartlar üzerine bir sahte çevre yaratmaya bağlıdır.
••••••••••••••••••

tutumlarına karar vermelerini sağlayan şartlar üzerine bir sahte çevre yaratmaya bağlıdır. Kamuoyu araştırmaları ABD’de 1930’lu yıllarda ve 1940’ların başında başlamıştır ve üniversitelerin psikoloji bölümleri de propaganda kampanyalarına ve savaş haberlerine karşı tepkileri ölçmek için Almanya’daki psikoloji bölümlerinin kullandığı nicel metodolojiyi kullanmaya başlamışlardır. Savaşın ilk yıllarında Amerikan propaganda uygulayıcıları ise rağbet görmeyen “propaganda” kavramı yerine “psiko-savaş” ya da “psikolojik savaş” kavramını kullanmaya başlamışlardır.

Propaganda Neden Gerekli?

20. Yüzyıl boyunca, kavramın resmî kullanımından kaçınılmasına karşın propaganda savaşın en önemli araçlarından biri olarak fikirlerin, davranışların, sivillerin ve askerlerin tolerans düzeylerinin ve sonuçların manipüle edilmesine yardımcı olmuştur. Birinci Dünya Savaşı boyunca ittifak kuvvetleri düşman saflarına ya da sivillerin olduğu bölgelere toplam 26 milyon broşür dağıtmış ya da başka bir deyişle bombardıman etmişlerdir. 1945 sonunda Kraliyet Hava Kuvvetleri, Avrupa’da 6000 milyon ve ABD Taktik Hava Kuvvetleri de bundan ayrı 8000 milyon broşür attı.¹³ Birinci Dünya Savaşı sırasında İngiliz Askerî Kuvvetleri, uçağı, “broşür atmak için kullanılmayacak kadar değerli bir savaş aracı” olarak kabul ediyordu ve bu göreve uygunluğuna karşın, uçak yerine sürükledikleri yerlere, broşür atmak üzere balon kullanılmaya başlandı.¹⁴ 1944 ve 1945’te iki filo broşür atma işiyle görevlendirilmişti ve yalnızca Avrupa’da İngiltere ve ABD toplam 4600 kişiyi özel psikolojik savaş bölümü olarak ana karargâhların emrine vermişti. General Eisenhower’ın da dediği gibi, “kağıt mermi” “savaşın en özel ve tercih edilen silâhı” haline gelmişti.¹⁵

Herhangi bir düşman askerini hedefleyen propaganda ya liderlerinin savaş amaçlarından kopmalarını sağlayacak ya da askerî durumlarını

¹³ Peter Wood, ‘The War of Words on the Wind’, *Soldier*, (Mart, 1962), s. 14.

¹⁴ Major C. J. C. Street, ‘Propaganda Behind the Lines’, *Cornhill Magazine*, Series 47 (1919), ss. 488-499.

¹⁵ Wood, ‘The War of Words on the Wind’, s. 14.

sürdüremeleri imkânsız olduğundan teslim olmaları gerektiği mesajını verecek şekilde oluşturulur. İkinci Dünya Savaşı'nın ilk dönemlerindeki teslim olma çağrısı yapan broşürlerin başarısını inceleyen bir analizde İtalya'dan aktarılan bir bölümde: "İtalya'yı işgal ettikten sonra dürüst İtalyan ebeveynler bize savaştan geri gelen oğullarına verebilecekleri en iyi hediyenin 100 lirete karaborsada satın alınabilecek bir teslim belgesi olduğunu söylediler; bu bir nevi hayat kurtarıcı ikramiye olacaktı."¹⁶ demişlerdir. Colonel William R. Kintner tarafından yazılan bir diğer makalede ise Pasifik Savaşı'nın son dönemlerinde Japon askerlere atılan "ben direnmeyi bırakıyorum" broşürlerinin etkileri ele alınmıştır.

Biak'ta bir bölüm ise, savaş esirlerinin %75'inin teslim olmaları konusunda, atılan broşürlerden etkilenerek karar verdikleri rapor edilmiştir. Direnmeyi bırakma broşürleri işe düşmanın organizasyonun bozulduğu, cephanesinin ve yiyeceğinin bittiği durumdaki en güçlü inançlarını yok etmiştir. Pek çok rapora göre, Japonların %50'si atılan broşürlerle etkilenmiş ve teslim olanların neredeyse hepsi attığımız broşürler doğrultusunda teslim olmuşlardır.¹⁷

Düşman saflarındaki sivilleri hedefleyen propagandada ise özellikle siyasî liderlere güvensizlik tohumları ve direnci kırarak girişimler radyo yayını ile daha seçici olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nda Japon radyo yayınları, özellikle baş spikerleri Tokyo Rose'un derin yerel bilgilere sahip olmasıyla, Avustralyalı sivillerin moralini kırmayı başarmıştır. Rose sıklıkla Japon hava saldırılarının hedef aldığı yerler olarak inşasının bitimine az kalmış stratejik pistlerin yakınında bulunan küçük kırsal bölgelerin adını vermiş ve böylece halkın inşaat biter bitmez bombalamanın olacağına inanmasını sağlamıştır.¹⁸

Propaganda, Lasswell'e göre "fikirlerin fikirlerle savaşıdır"¹⁹ ve bu kadar önemli hâle gelmesinin nedeni ise, bir savaşın kaybedilmesi ya da kazanılması noktasında sivillerin desteğinin önemli olmasıdır. 19. yüzyıldan bu yana savaşın ayırıcı ve derin değişimini getiren özellik ne teknolojidir ne de çok belirleyici olmalarına karşın kitle imha silâhlarıdır. Bu yüzyılda savaşlardaki asıl değişim savaşların ordular arasında

¹⁶ Leo Margolin, 'A Paper Bullet is no Spitball', *Infantry Journal*, (Şubat, 1947), s. 47.

¹⁷ William R. Kintner, 'The Effectiveness of Psychological Warfare', *Marine Corps Gazette*, (Ocak, 1948), ss. 48-49.

¹⁸ Libby Connors, Lynette Finch, Kay Saunders, and Helen Taylor, *Australia's Frontline. Remembering the 1939-45 War*, St. Lucia: University of Queensland Press, 1992, s. 22.

¹⁹ Lasswell, *Propaganda Technique*, s. 12.

.....
 : Propaganda, Lasswell'e
 : göre "fikirlerin fikirlerle
 : savaşıdır" ve bu kadar
 : önemli hâle gelmesinin
 : nedeni ise, bir savaşın
 : kaybedilmesi ya da
 : kazanılması noktasında
 : sivillerin desteğinin
 : önemli olmasıdır.
 :

değil, uluslar arasında
 olmasıdır.²⁰ Bu değişim 20.
 yüzyılda, tacirlerin geleneksel
 ordularının ulusal ordularla
 değiştirilmiş olması ve bireyler
 olarak vatandaşların daha önce
 savaşların sonuçlarından kişisel
 çıkarlarının olmamasıdır...Yeni
 savaş çeşitlerinde görülmemiş
 savaş aletleri ve sivillerin askere
 yazılmasını talep eden ve
 devletin ekonomik kaynaklarının

harekete geçirilmesini sağlayacak pek çok diğer araç bulunmaktadır...
 Ulusların savaşta olmalarıyla ulusal gurur ve ulusa bağlılık daha derin
 ve yeni anlamlar da yüklenmiştir.²¹

Düşüncelerde, modern vatandaşı görülmemiş şekilde savaşın içine
 çeken temel bazı değişimlerin oluşması, en azından, basının bazı
 bölümleri tarafından açıkça anlaşılmıştır. Örneğin, Nisan 1939 yılında
 Avustralyalı yüksek tirajlı Man dergisi savaş karşıtı bir kampanya
 başlatmış ve Avustralya'nın sansür yasalarını zorlayarak Japonların
 Nanking'i işgali sırasında öldürdükleri Çinli köylülerin cesetlerinin
 fotoğraflarını basmıştır. Burada derginin mesajı ise modern savaşta
 siviller diye bir kavramın olmadığıydı, şöyle ki: "Profesyonel orduların
 zamanı sona ermiştir. Artık savaşçılar, savaşçılarla savaş
 meydanlarında savaşmak üzere, bunun için ücret aldıklarından
 savaşmıyorlar. Savaşlar da diğer her şey gibi modernleşti. Artık daha
 büyük, çarpıcı, iyi ve kanlı savaşlar oluyor. 1939'da bir savaşta herkes
 bu savaşa dâhil edilebilir... herkes, kadınlarımız ve çocuklarımız
 bile."²²

Modern savaşlar gerçekten kitleler arası savaşlara dönüşmüştür ve
 propagandacıların rolü de bu yeni duruma adapte edilmiştir. Almanya
 ve İtalya ulus devletler olarak 1930'lu yılların ortalarında savaş öncesi
 hazırlıklar yaptıklarında, Birinci Dünya Savaşı'ndan beri muhalif pozis-
 yonunu koruyarak entelektüelleri propagandaya bulaşmamaya çağıran
 barış yanlısı Bertrand Russell,²³ bir kez daha kitlelerin savaşını kendi

²⁰ Toplam savaşa geçme konusunda detaylı bilgi için bkz. Michael Howard. 'Total War in the Twentieth Century: Participation and Consensus in the Second World War', War and Society, A Yearbook of Military History, (1975), ss. 216-226.

²¹ Qualter, Propaganda and Psychological Warfare, s. 4.

²² Anon, 'Women and Children First', Man, (Nisan, 1939), s. 10.

²³ Bertrand Russell, Justice in War-Time, Londra: Allen and Unwin, 1916, ss. 23-24.

savaşlarıymışçasına kabule çağrıldığını görünce: "Bir ulus, modern savaşta, pek çok ferdi darlıktan bunalmazsa ve pek çoğu da gönüllü olarak ölmek istemezse başarılı olamaz. Bu gönüllülüğü oluşturmak için yöneticiler, halkları savaşın bir şeyler için gerektiği konusunda ikna etmelidirler... çok önemli.. şehit olmaya lâyık olmak gibi."²⁴ demiştir. İngiltere'nin Birinci Dünya Savaşı sırasındaki propaganda kampanyalarının tartışmasız en büyük hayranı olan Adolf Hitler, İngilizlerin savaşı İngiliz hükümetinin vatandaşları üzerinde uyguladığı seçkin propaganda sayesinde kazandıklarını düşünmektedir.²⁵ Bu fikri Almanların kitleleri yanlarında tutmak üzere onların üzerinde İngilizlerinkine eşdeğer bir kampanya uygulamayarak kitleleri kafalarında savaşı İngilizlerin savaş meydanlarından önce kazandıklarını düşünmesinden kaynaklanmaktadır. Hitler, muhtemelen Fred Marshal Haig'in Nisan 1918'deki İngiliz sivillerinin savaşı kazanmaya inanmaktan çok uzak oldukları yönündeki "Duvarın Öbür Yüzü" isimli kamuoyu açıklamasını hatırlamamaktadır.²⁶ Hitler'in görüşleri, Almanya Yüksek Komutanlığı mensuplarınca zaten belirtilen görüşlerle paraleldir. Mareşal von Hindenburg, anılarını 1920 yılında yayımlamış ve bu kitapta ittifak güçlerinin zaferini 1918 yazında savaşın uzamasından yaygın düşen Alman askerleri arasında yayılan fikirde de olduğu gibi akıllı propagandaya bağlama konusunda çok aceleci davranmıştır.²⁷ O sırada, Goebbels'in partinin genç ideologlarından biri olan bakanlık mensuplarından Eugene Hadamovsky, Harold Lasswell'inkine benzer bir yazı yazmıştır. Propaganda ve Ulusal Güç'te Hadamovsky Birinci Dünya Savaşı'nda Almanların propaganda konusundaki başarısızlıklarını genişleterek incelemiştir. Şöyle ki: "Almanlar yetersiz silâhlar, askerlerinin güçsüzlüğü ve yöneticilerinin yetersizliği yüzünden tüm dünyaya karşı savaşı kaybetmişlerdir. Alman halkı savaş meydanında yenilmemiş ancak ruh kırıldığı için sözcüklerin savaşında yenilmiştir. Almanlar bu ölümcül savaşa, düşmanları gibi "Hunlara karşı" ve "Milletler Cemiyeti için" gibi tek bir sloganla gitmemişlerdir."²⁸

Kitlelerin savaş kavramının, sivil toplumu, savaşta yer almaya yönlendiren seçeneğine modern teknoloji de yardımcı olmuştur. Buna en

²⁴ Bertrand Russell, *Power: A New Social Analysis*, Londra: Allen and Unwin, 1938, s. 135.

²⁵ Adolf Hitler, *Mein Kampf*, Ralph Manhein (çev.), (Boston: Hughton Miff in Company, 1943), ss. 181-186.

²⁶ Paul Fussell, *The Great War and Modern Memory*, Londra: Oxford University Press, 1977, ss. 16-18.

²⁷ Ernest K. Bramsted, *Goebbels and National Socialist Propaganda: 1925-1945*, Michigan: The Cresset Press, 1965, s. xxii.

²⁸ Eugen Hadamovsky, *Propaganda and National Power*, Alice Mavrogordato ve Ilse de Witt (çev.), (New York: Arno Press, 1972), ss. 8-9.

²⁹ Qualter, *Propaganda and Psychological Warfare*, ss. 54-55.

tır. Buralara daha sonra işgal eden orduların getirdikleri kitleler yerleştirilmiştir. Onlar da açıkça bu topraklarda gelecekte olabilecek muhtemel savaşlarda kendilerini savaşa adamaktan başka seçenekleri olmadığını bilmektedirler.

Savaşı Kim Sahiplenir?

Kendi ulusunun sivil halkını savaşa ikna etmek için yöneticiler, modern savaşta, savaşın amaçlarıyla, şehitlik mertebesinin gerekliliğini belirtmelidirler. Savaşta savaşçıları, tarafsız ulusları savaşın olumsuz etkileri doğrultusunda savaşı sahiplenmemeye ikna etmek hedeflenir. Bu anlamda Amerikan Bağımsızlık Savaşı, savaşın önemli bir özelliği olarak örgütlenmiş taktik kampanyanın kullanıldığı mükemmel bir örnektir. Propagandacı, Amerikan koloni halkları gibi İngiliz ordusunu ve sivil halkı hedefleyerek broşürler ve konuşma turları sayesinde, insanları birleşmiş savaş gücüne dönüştürmüşlerdir. Propaganda savaşının bir diğer hayati bileşeni Amerika'nın savaşmaktaki nedenleri ve kararına uluslar arası destek sağlamaktır. Nitekim Benjamin Franklin'in İngiltere'yle ezeli düşmanı olan Fransa'yı ziyareti sırasında kitleleri etkileme yeteneğini Amerika lehine mükemmel bir propaganda aracı olarak kullanmıştır. Gözlemci Francis Renaut'ya göre, Franklin'in ziyaretinin Fransız halkı üzerindeki psikolojik etkisi "Amerikan yaklaşımının ne kadar makul olduğu, buna karşın İngiliz yaklaşımının da o kadar mantıksız olduğu" şeklinde bir algılama olmuştur. O dönemlerde Rousseau'nun sözleri, ülkesini savunan her yetişkin insanın aklına yerleşmiş ve onların torunlarının da destek aldığı dayanak olmuştur.³³

Silâhlı direnişin başlangıcından itibaren kolonilerde yaşayan sivil halk konuşmalar ve broşürlerle yürütülen örgütlü bir propagandanın özneleri hâline gelmişler ve bu propagandada gerçekleştirilen savaşın onların savaşı olduğu, birleşmelerinin gerektiği ve bunun sonunda daha iyi bir geleceğin onları beklediği anlatılmıştır. Aynı şekilde yürütülen bir diğer kampanya da İngiliz birlikleri arasında savaşı sahiplenmemeleri gerektiği yönündeki propaganda olmuştur. İngiliz askerleri arasında broşürler dağıtılmış, "hâlihazırdaki varlıklarına ters düşecek şekilde, Amerikalılarla birlikte elde edecekleri yararları karşın, pek çoğunun yakınları ve akrabalarına karşı savaşmakta gönülsüz olmaları" sağlanmıştır.³⁴ Amerikan propagandacılarının amaçları, İngiliz paralı askerlerini bir başkasının savaşında savaştıklarına ikna etmek olmuştur. İngiliz ordusundaki sınıfsal ayrımlar, İngiliz toplumunu

³³ Lasswell'den alınmıştır, *Propaganda Technique*, s. 158.

³⁴ A.C. Ashworth, 'The Enduring Weapon', *British Army Review*, (7 Eylül 1958), ss. 66-67.

yansıtmaktadır ve bu da propagandacıların işini kolaylaştırmıştır. Şöyle ki: Katı disiplin ve İngiliz erkekleriyle subayları arasındaki sınıf farklılıkları propagandacılar tarafından istismar edilmiştir. Kurgu ise bu dönemde İngiltere’de görülen anti-Katoliklik patlaması üzerine inşa edilmiştir. İngiltere’de İngiliz askerleri arasında dağıtılan Amerika’dan ayrılmayı anlatan Askerlere başlıklı bir broşürde: “Eski Bir Asker, ‘baylar gittiğiniz yerdekileri papalığa ve köleliğe karşı olmayı zorlamak; centilmenler olarak şerefimizle ve askerler olarak insanlığınızla sıkışmış ve incinmiş vaziyetteki kurbanları bu durumdan kurtarmak üzere Amerika’dan ayrılıyorsunuz.’”³⁵ denilmektedir.

20. yüzyıldaki iki savaşta da Alman propagandacılar Amerikalılara karşı aynı stratejiyi kullanmışlardır. Birinci Dünya Savaşı’na Amerika dâhil olmadan önce Almanya, kolonilerden sorumlu Alman Dışişleri Bakanı Dr. Dernburg’u Almanya’nın savaşı için finansman bulma misyonuyla Amerika’ya göndermiştir. Bu amaç Amerikan hükümeti tarafından finansörlerin İngiltere ya da Almanya’yı desteklememeleri konusundaki uyarılarıyla engellenince, Dr. Dernburg Almanya’nın savaş konusundaki düşüncelerini anlatan yeni hikâyeler üreterek Alman yanlısı bir yaklaşım oluşturmaya çalışmıştır. Bir grup Alman ve Amerikan gazetecinin yardımlarıyla bir haber ajansı kurmuştur. 1918’in sonunda bir senatörlük araştırması Dr. Dernburg’un metodolojisini incelemiş ve Amerika’nın savaşa girmesi durumunda zencilerin savaşmak zorunda kalmayacakları umudunu vererek Amerikalı zencilerin Almanya’yı desteklemesini sağlamaya çalıştığını ortaya çıkarmıştır. Şöyle ki: “Ajans var...Gazete var...ABD’de zencilere karşı yürütülen tüm linç girişimlerinin ve beyazların zencilere yaptığı her saldırının kaydı ve resmî var. Bunlar propaganda makaleleri haline dönüştürülerek gazete editörlerine, yani hem beyaz hem de zenci editörlerin oldukları gazetelere gönderilmiş...Zenci liderlere de!..” Elbette bunlar büyük kitleleri etkileyecek liderler değildi; ama her yerde “Almanya’da zencilerle beyazların eşit olduğunu ve Avrupa’da renk ayrımı olmadığını” haykırmaları için para ödenmiş küçük grupların liderleriydi. Gerçek olduğu varsayılan açıklamaları sergilediler; ve zencilere, eğer Almanya savaşı kazanırsa güneydeki zenci insanların haklarının, asıl anlaşmada olduğu gibi, beyazlarla eşit olacağını söylediler. Özellikle ve sürekli olarak da linçleri gündeme getirdiler.³⁶

İkinci Dünya Savaşı’ndaki Alman propagandası yine Amerikalı zencileri hedef almış ve onlara Amerika’daki sosyal şartları ve durumlarını

³⁵ A.C. Ashworth, ‘The Enduring Weapon’, ss. 66-67.

³⁶ 1919, Senato Belgeleri, Sayı 62, s. 1785, Lasswell’den alınmıştır, Propaganda Technique, ss. 148-150.

.....
 :
 : **İkinci Dünya Savaşı**
 : **sırasında bir Amerikan**
 : **askerî dergisinde: "Psiko-**
 : **savaş"ı yazan asker Leo**
 : **Margolin,**
 : **günlük hayat ile askerî**
 : **başarı arasındaki ilişkinin**
 : **doğrudan ve hayatî**
 : **olduğunu belirtmiş ve**
 : **"Amerikan halkının**
 : **günlük hayattaki**
 : **davranışları, ahlâkî**
 : **değerleri, bundan da öte**
 : **olarak askerin silâhının**
 : **ardındaki moral desteği,**
 : **görünmez faktörlerdir.**
 : **Bu bir nevi ölüm kalım**
 : **savaşına dönüşümdür"**
 : **demıştır.**

.....
 zenci askerlerden gelen ve Avustralyalıların onlara karşı davranışlarını öven mektuplarını yayımlamıştır.³⁷

Propagandacıların düşmanlarının sıradan günlük davranışlarındaki güçsüzlüklerini kahramanlığa dönüştürmelerini kolaylaştıran unsur onların ülkelerindeki günlük yaşamlarını savaşa aktarmaları olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sırasında bir Amerikan askerî dergisinde: "Psiko-savaş"ı yazan asker Leo Margolin, günlük hayat ile askerî başarı arasındaki ilişkinin doğrudan ve hayatî olduğunu belirtmiş ve "Amerikan halkının günlük hayattaki davranışları, ahlâkî değerleri, bundan da öte olarak askerin silâhının ardındaki moral desteği, görünmez faktörlerdir. Bu bir nevi ölüm kalım savaşına dönüşümdür"³⁸ demıştır.

1941 yılında ABD savaşa girmeye hazırlanırken Reich Propaganda Bakanlığı Amerika Bölümü kuruldu. Bu bölüm Amerikan toplumunun

hatırlatarak savaşı sahiplenmeye çağırmıştır. Bir dizi broşürde Amerika'da çekilen fotoğraflarda bir fotoğrafta bir zenci linç edilmektedir. Bir diğerinde, Detroit yarışları sırasındaki kargaşada gösterilmektedir. Bir başkasında ev dedikleri harap bir kulübede kötü giysiler içinde oturan bir zenci aile gösterilmektedir.³⁷ Slogan ise oldukça basit bir sorudur: "bunun için mi savaşıyorsunuz?" Aynı şekilde Japonya Radyosunun Pasifik haberleri Beyaz Avustralya'nın politikasını detaylandırarak tekrar tekrar Afrika kökenli Amerikalıların "Anglo-Sakson ırkçı önyargılar" için savaşmadıkları üzerinde durmuştur. Bu küçük noktaya yardımcı olmak amacıyla Amerikan zenci basın da Avustralya'da savaşan

³⁷ Margolin, 'A Paper Bullet is No Spitball', s. 49.

³⁸ Homer Smith, Amerikan Zenci Basınının S.S.C.B Temsilcisi, 25 Şubat 1943, AA-ACT. Series: A433/1. Madde: 43/2/2842.

³⁹ Margolin, 'A Paper Bullet is No Spitball', s. 49.

yapısını ve Amerika'da anti-semitizmin varlığını bir diğer zayıf nokta olarak ortaya koydu. Daha sonra bu çalışmayı yaygınlaştırarak, "anti-semitizm bütün cephelerde dağıtılan broşürlerde Amerikan kuvvetlerine karşı önemli bir tema" olarak kullanılmıştır. Kahraman ulusal pilot ve pro-izolasyoncu kampanyacı Charles Linderberg'in yaygın bir şekilde kınanması, 1941 yılında Hollywood'da senaryoları dikte ettiren önyargılı Yahudi ve İngilizler'in olduğunu iddia etmesi⁴⁰ nedeniyledir. Bu durumun sonucu, Amerikan anti-semitizminin Alman propagandalarına yardımcı olan ve gittikçe büyüyen bir halk bilinçlenmesi yarattığı gerçeğidir.

Savaş Suçu ve Barbarlık

Propagandacıların görevinin insanları savundukları ya da destekledikleri ülke lehine savaşa girmeye ikna etmek olduğu uluslar arası savaşlar bir kişinin kendi şahsî mallarını korumaya çalışması temasından, çok daha farklı anlamlar içermektedir. Almanya'nın 1941'de Belçika'yı işgal etmesi, İngiliz vatandaşlarını kıpırdanamaz hâle getirmiştir. Üstelik Times dergisinin Alman karşıtı savaş yanlısı editörlerinin 31 Temmuz 1914'te "Almanların Belçika üzerinden Fransa'nın kuzeyi, Antwerp, Flushing hatta Dunkirk ve Calais'e de sahip olarak buraları İngiltere'ye karşı bir askerî deniz üssü haline getirebilirler" açıklamasına karşın, İngiliz kamuoyu yüksek bir oranda 30 Temmuz 1914 tarihli Daily News gazetesindeki: "Fransa'nın, İngiltere'nin ve İtalya'nın özgür halkı bu kısır hanedanlık çekişmesinin içine çekilemez." görüşünü desteklemiştir. Times dergisi buna cevap olarak uluslar arası hukukun Almanlar tarafından gösterişle gözler önüne serildiğini yazmıştır.⁴¹ Ancak uluslar arası hukuk ve diplomasi halkın çoğunluğu için herhangi bir savaşa girme saygınlığı yaratmak bakımından oldukça yeni kavramlardı. (her ne kadar, Lasswell'in de belirttiği gibi, orta sınıflarda burjuvanın ahlâkî değerlerini çağırırsa da..) Yine de, aslında Fransız, İngiliz ve son olarak da Amerikan kamuoyunu savaşı destekleme noktasında birleştiren ve Alman karşıtı bir propagandanın anahtarı olan unsur barbar güçleri karşısında birleşme teması olmuştur. Almanya 1914-1918 propaganda savaşında medeniyetin düşmanı olmuştur. Kendi kendine gelişip büyüyen bir propaganda öyküsü içinde dalgalanmak, özellikle de Almanya kelimelerin teknolojik, bilimsel ve entelektüel kullanımını sağlamışken ve kitlelere Sarı Basının yeni oluşan modern fenomenlerini satarken, oldukça soyut

⁴⁰ Alan McCracken, 'Propaganda de Luxe', Proceedings of the United States Naval Institute, (Ekim, 1948), ss. 1235-1245.

⁴¹ Lasswell'den aktarılan gazette makaleleri, ss. 67-68

bir kavram gibi görünebilir. Ancak, boyalı basının okunmaya başlaması yeni olsa da, “ben buradayım” diye bağırarak başlıkları önemli ölçüde dikkat çekmiştir.

20. yüzyılın bütün propagandacılarının bildiği üzere, boyalı basının örneklerini takiben tüm kampanyaların, işlenecek senaryonun tamamını kapsayıp tanımlayabilen üç veya dört kelimelik bir “deyime”, bir “başlığa” veya bir “slogana” ihtiyacı vardır. Lasswell Almanya aleyhine yürütülen örgütlü propagandanın başlangıç tarihini Londra Evening Standart’ın “Medeniler Konuyu Ele Aldı” başlıklı haberinin çıktığı ve öncesinde de bu temanın yankı bulduğu gün olan 8 Ağustos 1914 olarak kabul etmektedir. Almanya’da, Kultur’un doğası ve onu savunmak tüm iyi Alman vatandaşları için bir görev ve ayrıcalık hâline gelmişken bununla eş zamanlı olarak “barbarlara karşı savaş” sözü de Fransa’da deklâre edilmeye başlamıştır. ABD’de de Theodore Roosevelt Almanya aleyhine savaşa girme konusunda vatandaşlarına duygusal temalarla oluşturulmuş konuşmalarını tüm ülkede yaparak ve daha sonra Amerika ve Dünya Savaşı adı altında kitaplaştırılan çeşitli gazetelerdeki makaleleriyle aralıksız bir kampanya başlatmıştır.⁴² Peter Buitenhuis’in de gösterdiği üzere, önde gelen İngiliz ve ülke dışında yaşayan okuyucu Amerikalılar, Almanları barbarlar olarak nitelendikleri ve bu nedenle medeniyetin tehlike içinde olduğunu vurguladıkları makaleler ve romanlar yazarak kendi istekleriyle propaganda savaşlarına dâhil olmuşlardır. Buitenhuis Henry James, James, Edith Wharton, Joseph Conrad, Arnold Bennett, H. O. Wells, Rudyard Kipling, Arthur Conan Doyle ve Ford Madox Hueer’in gerçekten “medeniyetin köklerinin askıya alınmış olduğuna” inandıklarını iddia etmektedir.⁴³

Savaş propagandası yapanlar için düşmana karşı savaş başlatma noktasında düşmana bir suç yüklemek ve kendileri için yüksek ahlâki değerlerle bezenmiş bir zemin hazırlamak esastır. Propagandacılar eşitsiz de olsa doğru olanı talep etmelidirler. Birinci Dünya Savaşı’nda Almanya’nın Belçika’yı işgali sırasında sürekli sonuncusunun kopyası olan barbarlık hikâyeleri üretilmiş ve bu tema yaygın olarak işlenmiştir. Belçikalı mülteciler Almanların sivil halka uyguladıkları barbarlıklarla dolu hikâyelerle İngiltere’ye akmışlar; bunlarda pek çok tecavüz, bebeklerin süngülenmesi, ellerin ve göğüslerin kesilmesi ve insanların canlı canlı yakılması konuları işlenmiştir. Aralık 1914’te İngiliz Hükümeti, çok saygın bir tarihçi ve İngiltere’nin eski Amerikan

⁴² Peter Buitenhuis, *The Great War of Words: British, American, and Canadian Propaganda and Fiction 1914-1933*, Vancouver: University of British Columbia Press, 1987, s. 57.

⁴³ Buitenhuis, *The Great War of Words*, s. 8.

Büyükelçisi olan Lord Bryce'ın başkanlığını yaptığı "Almanlar Tarafından Hakların Çiğnenmesi İddialarını Araştırma Komitesi" kurmuştur. Komitenin raporu 1915 başında yayımlanmış ve raporda anlatılanların çok büyük kısmının doğru olduğu belirtilmiştir. Bryce'ın Amerika'daki saygınlığı, raporun ABD kamuoyunu şekillendiren ve ittifak güçlerine savaşta destek veren, kamu desteğini oluşturan, Amerikan gazeteleri tarafından itirazsız kabulünü sağlamıştır. Ayrıca Bryce kendisinin propaganda nedenleri arasına alınmasına izin verdiğinde raporu da şimdi genellikle bir icat dokusu olarak kabul edilmektedir. Almanların Belçika'daki Amerikan gazetecilerine başvurarak daha önce çok tanınmış dört gazetecinin Associated Press'e haber geçerek, bu çeşit barbarlık hikâyelerinin olmadığını bildirdiklerini tespit etmelerini istemeleri, önemlidir.⁴⁴ Bağımsız raporlar Bryce raporunun yarattığı propagandanın önemli etkisini gidermeyi başaramamışlardır. Raporun basılıp her yere dağıtılması, raporda yer alan olayların gerek sayı olarak, gerek liderliklerini barbarlığa dönüştürdükleri ileri sürülen kişilerin davranışları bakımından ve gerekse içerdikleri şiddet ve yıkımın can atan kimselerce ve gazetelerde detaylandırıldığı kadar abartılı olduğuna inanmayan, barışa kendini adanmış Bertrand Russell'ı üzümüştür. Otobiyografisinde Russell: "Gerçeği seven biri olarak, savaşçı ulusların ulusal propagandaları, beni hasta etmiştir" diyerek şu sözlerle devam etmiştir: "Medeniyet aşığı birisi olarak barbarlığa dönüş beni dehşete düşürmüştür."⁴⁵ Ancak bu durum, bir grafiğin, güçlü bir mesajın gerçeği nasıl gölgelediği konusundaki dersi almış olan ve bundan çok etkilenmiş olan Adolf Hitler'i dehşete düşürmüyordu. Russell, "İngilizlerin ve Amerikalıların savaş propagandası psikolojik motiflerle doluydu" da demiştir. "Almanları betimlerken... Hunlar ve barbarlar, askerleri, tek tek savaş terörü yaratmak üzere hazırlamışlardır" derken aynı anda "kullanılan en kötü silâh propagandacıların söylediği gibi hükümetin iddialarının doğruluğunu aynı şekilde desteklerken, bu esnada da iğrenç düşmana karşı nefret ve hırsı artırmıştır." demiştir.⁴⁶ Hadamovsky de İngiliz ve Amerikan uzmanların kamuoyunu manipüle etmedeki başarısını, özellikle de sahneledikleri barbarlık hikâyelerini yürekten takdir etmiştir. Hun ve Boche sloganları, onların "kanlı elleri"ni gösteren, düşman ülkelerin duvarlarına yapıştırılan posterlerde, tam dört uzun yıl boyunca yankılanmıştır. Dehşet verici barbarlık hikâyeleri Belçika'da kulaktan kulağa anlatılmış, yağ üretmek

⁴⁴ Buitenhuis, *The Great War of Words*, s. 8.

⁴⁵ Bertrand Russell, *The Autobiography of Bertrand Russell, 1914-1944*, Cilt II, Londra: George Allen and Unwin, 1968, s. 18.

⁴⁶ Hitler, *Mein Kampf*, s. 181.

için savaş mağdurlarının vücutlarının kullanıldığı yalanları, diğer savaş hileleri gibi kullanılmış, böylece de kitlelerin savaşı sahiplenme ve kazanma istekleri körüklenmiştir.⁴⁷

Aslında Naziler Birinci Dünya Savaşı sırasında ittifak güçleri tarafından yapılan propagandaya, onların verdiğiinden daha çok değer vermişlerdir. İki savaş arasındaki yıllarda, yeni kurulan Alman psikoloji laboratuvarlarında propaganda teknikleri denenir ve ölçümlenirken, Amerikalılar ve İngilizler karamsar geri çekilme senaryoları üzerinde prototip kampanyalar yürütmüşler ve kendi insanları üzerinde sinizmin yerleşmesine neden olmuşlardır. Amerikalı propaganda teorisyeni ve İkinci Dünya Savaşı psikolojik savaş tekniği uzmanı Ralph Block propaganda konusunda uzun bir kariyere sahiptir. 1940 yılında Uluslar arası Enformasyon Bürosu Yöneticisi'nin Özel Asistanı olduğunda, Amerika'nın Birinci Dünya savaşı sonrasındaki tepkisini, tıpkı bir çocuğun peri masalına tepkisi gibi bir propaganda kampanyasının kurbanları gibi olduğu gerçeği ile karikatürize etmiştir. Onun varsayımlarına göre pek çok Amerikalı için propaganda, "iyi giyimli ve iyi niyetli bir büyücünün görmediğin bir noktadan bir şey söyleyip aslında başka bir şey ima ederek sürünüp geçmesi ve güzel görünen elmadan bir ısırık almak üzere seni ayartması" ile karşılaştırılmaktadır.⁴⁸ Bu yansımalar, savaş sırasında kendi hükümetleri tarafından resmî olarak yürütülen Birinci Dünya Savaşı'na ilişkin propagandaların parçası olduklarının farkına varamayan Amerikalıları üzdüğünü ve şaşkınlığını göstermektedir. Block, propagandanın çocuk hikâyeleri ile benzerliklerini yazarken Lasswell iki savaş arasında Amerikalıların propagandaya olan güvensizliklerini kandırılmış bir kumarbaza benzetmektedir. Amerikalılar, kendilerini "onları aşağılayan ve kandıran bir bilinmezle şeytanca şaşırtılmış, kandırılmış ve canları sıkılmış" hissetmekte ve "propaganda gizemlerini takdir ve kederle karışık çözmeye çalışarak, yeni bir kumarın aldatmacasının kurbanları olarak" açıklama talep etmekteydiler.⁴⁹

Bu entelektüel çevrede, Walter Lipman'ın teorileri de, öncelikle yaygın hırs ve şaşkınlık analizleri doğrultusunda şekillenmekteydi. Bryce raporunun sahte çevresi Alman askerlerin Belçika'da genel olarak savaşa ilişkin uluslar arası konvansiyonlara uyduklarını belirten abartılı yalanlarla yeni bir versiyon olarak ortaya çıktığından Lipman Amerikan kamuoyuna durumu "uydurma kelimeler metninde önemli

⁴⁷ Hadamovsky, *Propaganda and National Power*, ss. 24-25.

⁴⁸ Ralph Block, 'Propaganda and the Free Society', ss. 676-686.

⁴⁹ Lasswell, *Propaganda Technique*, s. 9

.....
Paul Fussell, ünlü
“Babacığım, Büyük
Savaşta ne yaptın” klişesi
ve posterine referansla
“Büyük Savaşın belki de
tarihin süregelen akışı
içinde geçmişten
günümüze ve geleceğe
uzanan çizgide anlamsız
bir noktada yer aldığı
düşünülebilir”
demektedir.

bir çatlak,” olduğu şeklinde açıklamıştır.⁵⁰ Daha sonra Amerikan kamuoyundaki güven krizinin etkisini sınırlı bir takdirle karşılayan Naziler, basına katı sansür uygulayarak uydurmalar dünyasında bir çatlak oluşmasını önleme yoluna gittiler. Nazilerin ve bu yüzyıldaki bütün totaliter rejimlerin çalışmaları diğer dünyaların imajlarıyla çakışmayan bir sahte çevre yaratmak yönündeydi. Hitler’in Silâhlendirme Bakanı Albert Speer yargılanması sırasında Hitler’in bir propa-

ganda dünyayı yaratmak için teknoloji kullanma girişimlerini, dış imajlara ya da düşüncelere bu dünyayı kapatmak ve böylece yaratılan dünyanın ötesinde düşünülmemesini sağlamak şeklinde tanımlamıştır. Speer: “Hitler’in diktatörlüğü, kendi ülkesinde baskı kurmak için tüm teknik imkânların kullanıldığı ilk örnektir. Radyo ve megafon gibi teknik aletler aracılığıyla sekiz milyon insan bağımsız düşünmekten mahrum edilmiştir. Böylece de onları bir tek insanın isteği doğrultusunda yönlendirmek mümkün olmuştur.” demiştir.⁵¹

1914-1918 arasındaki propaganda kampanyalarının savaş sonrasındaki analizi, özellikle ABD için olmak üzere tüm ittifak güçleri için entelektüel anlamda önemli bir değişim yaratmıştır. Akademik kesim genel savaşlar arası kötümserliğin revizyonistliğe dönüştüğü açıkça görülür. Paul Fussell, ünlü “Babacığım, Büyük Savaşta ne yaptın” klişesi ve posterine referansla “Büyük Savaşın belki de tarihin süregelen akışı içinde geçmişten günümüze ve geleceğe uzanan çizgide anlamsız bir noktada yer aldığı düşünülebilir” demektedir. Poster geçmişle özdeşleşen ve savaşın bittiği günlere dönen, geleceğin sağlama alındığı bir duygunun altını çizmektedir. Fussell: “Bugün her deneyim değerli gözükürken bu tarz hiçbir cazibe en aptalı bile orduya yazıldığı için ayıplayamaz. Ama, Büyük Savaş, bizimkiyle karşılaştırıldığında ona oranla durağan bir dünyada yaşanmıştır ve burada tüm değerler kalıcı, tüm soyut değerlerin anlamı da güvenilir ve değişmezdir.” demiştir.⁵²

⁵⁰ Lippmann, *Public Opinion*, s. 10.

⁵¹ Albert Speer, Reich Silâhlânma Bakanı, Aldous Huxley tarafından aktarılmıştır. *Brave New World Revisited*, New York: Harper and Brothers, 1958, ss. 48-49.

⁵² Paul Fussell, *The Great War and Modern Memory*, 21.

Demokrasilerde savaş arası dönem güvensizlik, belirsizlik ve uydurmalar üretmenin medyanın işi olduğunun algılanması ile geçmiştir. Örgütlerin kurulması ile birlikte halka medyanın mesajlarının nasıl yorumlanması ve otoritelerce ortaya konulan kanıtların doğruluğunun nasıl sorgulanması gerektiği öğretilmiştir. 1920'lerin başında tüketici haklarını savunan, reklâmlara güvenilmemesini söyleyen, üreticiden tüketiciye doğrudan sorumluluk bağları kurulmasını isteyen, tüketici örgütleri kuruldu. Kitlesele medyada radyo dinleyicilerini ve film izleyicilerini eğiten ve onlara gerek politik gerekse ticarî anlamdaki psikolojik propaganda tekniklerine karşı koymayı öğreten özel kurumlar oluştu. 1937 yılında bu kurumların ilki olan Amerikan Propaganda Analizi Enstitüsü, Edward A. Fletene İyi Niyet Fonunun 10 bin dolarlık ödeneği ve özel abonelik ücretleri ile yaptıkları araştırmaların sonuçlarını yayımlamaya başladılar. Sonraki yıl asıl ödenek miktarı çoğaltıldı ve Amerikan Yahudileri Derneği ve Whitney Vakfından yeni ödenekler alındı. Aboneler, bazı akademisyenler (ünlü siyasal bilimci Leonard Doob da dâhil olmak üzere) ve gazeteciler tarafından yazılan ve o sayı için seçilmiş bir propaganda kampanyasının analizini yaparak okuyucunun aklını karıştırmayı hedefleyen araçları inceleyen aylık bültenler almaya başladılar. Propaganda analizleri üzerine kurslar düzenlediler ve ortaokul öğretmenlerine propaganda analizlerini öğreten materyaller sağladılar.⁵³ Vakfın projesi hızla taklit edilmeye başlandı. Liberal orta sınıfı hedefleyen *Ulus* dergisi, toplumun tüm kesimlerini hedefleyen *Cumartesi Akşamı Postası* dergisi, ve Hearst, Scripps-Howard gazeteleri düzenli olarak bu konuda köşe yazıları yayımlayarak okuyucularını propaganda tekniklerinin analizi konusunda eğitmeye başladılar. Rockefeller Vakfı da Princeton Üniversitesinde bir "Dinleme ve Analiz Merkezini" mali olarak destekledi. ABD'deki propaganda tekniklerini analiz etmek üzere bir de Senato Komisyonu kuruldu.⁵⁴

Propaganda araçlarının anlaşılıp öğrenmesini sağlayan savaş sonrasında ilgi, yaygın barbarlık hikâyeleri üretilmesinin yarattığı kızgınlık ve fotomontajla gerçekleştirilen imgelemlerin doğruluğunun iddia edilmesidir. İki savaş arası dönemde medya mesajlarına karşı direnmeyi öğrenen sivil halka kalan asıl miras ise, bir sonraki savaş olan İkinci Dünya Savaşı sırasında psiko-savaş askerlerinin resmî

⁵³ Leonard W. Doob, *Public Opinion and Propaganda*, 2. Baskı. (Hamden, Connecticut: Archon Books, 1966), s. 285.

⁵⁴ AA-ACT, SPI 12/1/1. Madde 429/1/1. Enformasyon Bölümü Haberler Dairesi editörünün sekreterine bir notla gönderilen "Propaganda Analizleri" başlıklı ve "gizli" damgalı detaylı bir rapor. Notta, "bu bölüme Dış İlişkiler Bölümü tarafından gönderilen rapor ektedir. Kaynağını göstermek gerekli değildir ama içeriği şüphesiz ki ilginizi çekecektir" denilmektedir. Rapor, İngiltere'nin savaşa girmesinin ilk altı ayındaki bültenleri özetlemektedir.

açıklamalara inanmamaları olmuştur. Fussell, "1920'li ve 1930'lu yıllarda Belçikalı rahibelerin şiddete maruz kaldığını ve çocukların nasıl sadistçe kullanıldığını anlatan ittifak güçlerince uydurulan hikâyeler yüzünden İkinci Dünya Savaşı sırasında kaç Yahudi'nin öldüğünü kimse bilemez." demiştir.⁵⁵ Bernard Wasserstein Birinci Dünya Savaşı sırasındaki bu trajik hikâyelerin İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazilere nasıl yardım ettiğini detaylı olarak incelemiştir. "Son çözüm"ün detaylı raporları Batı toplumlarında yayımlandıktan çok sonra, anlatılanları doğru olarak kabul etmeye yatkın olduğu anlaşılmıştır. Wasserstein: "Birinci Dünya Savaşı sırasındaki barbarlık hikâyelerinin oldukça abartıldığına ilişkin genel bir yargının oluşması ile birlikte, aynı hataya tekrar düşmekten kaçınma eğilimi doğmuştur." demektedir.⁵⁶ Goebbel'in propaganda metotlarını incelediği bir büyük çalışmada, Reich propaganda bakanının, kendi çalışanları da dâhil olmak üzere Alman halkını ikna etmek için toplama kamplarından gelen raporların uydurma hikâyeler olduğu ve bunların Birinci Dünya Savaşı'nın ittifak güçlerince uydurulduğu senaryosunu "barbarlık hikâyelerinin boomerang"ını nasıl bilinçli bir şekilde kullandığını göstermiştir. Goebbel'in Propaganda Bakanlığında üst düzey bir yetkili olan eski gazeteci Hans Fritzche, Nuremberg'deki duruşmasında, Yahudilerin SS'ler tarafından öldürülmelerinin kendisinden ve Alman kamuoyundan saklandığını söyleyerek kendini suçlayanları ikna etmeyi başarmıştır. Kendi kendine nasıl sıklıkla Bryce raporunu hatırlattığını ve Almanların uydurdukları barbarlık hikâyelerini düşündüğünü açıklamış ve "barbarlık hikâyelerinin düşman tarafından halka her yayıldığını duyduğumda o raporu düşündüm." demiştir.⁵⁷ Avustralya Enformasyon Bakanlığı, Avustralyalı mahkumların Japonya hapisanelerinde çok kötü muameleye maruz kaldığını içeren radyo kampanyaları ile 1942 sonbaharında iki haftalık bir anti-Japonya propagandası yürüttüğünde, Avustralya halkı Birinci Dünya Savaşı'ndan kalma uydurma hikâyeler geleneğini protesto ederek bunlara inanmamıştır.

İttifak güçleri tarafından uydurulan ve Japonya'daki mahkumlara kötü davranıldığını içeren ve sürekli üretilen üstünkörü ifadeleri protestoya mı başlamalıyım? 1914'te düşmanlarımıza karşı yürütülen bu tarz ifadelerin tamamen gizlenmeden yapıldığı noktasından hareket-

⁵⁵ Fussell, *The Great War and Modern Memory*, s. 316.

⁵⁶ Bernard Wasserstein, *Britain and the Jews of Europe, 1939-1945*, (Londra: Clarendon Press, 1979), s. 166.

⁵⁷ Bramsted, *Goebbels and National Socialist Propaganda*, s. xxxvi.

le bir kişi, yapılan açıklamadan sorumlu olan görevlinin açıklanması ile buna inanabilir konuma gelmektedir.⁵⁸

Psikolojik savaşın ana noktaları 20. yüzyıl öncesinde geliştirilmişken, bu kavramın kullanım derecesinin artması ve ulusal stratejiler içinde önemli bir yer edinmesi önce Birinci Dünya Savaşı sırasında, sonra da artan bir düzeyde İkinci Dünya Savaşı sırasında olmuş ve psiko-savaş yüzyılın değişmez kavramları arasına girmiştir. Papa Gregory'den Amerikan Bağımsızlık Savaşı'na ve Birinci Dünya Savaşı'nın uydurma barbarlık hikâyelerinden İkinci Dünya Savaşı'nın totaliter sahte çevrelere uzanan bir yelpazede, savaşta propaganda kullanılması olgusu anılan savaşlar boyunca gerçekleştirilen propaganda kampanyalarıyla ortaya çıkmış bulunmaktadır. 19. yüzyıl boyunca gelişmiş olan sosyal bilimler, propaganda hikâyesi için önemlidir; zira insan aklı konusundaki sorular, grupların nasıl davranmak istedikleri, insanların mesajlara karşı nasıl tepki vereceği soruları, hem sosyal bilimciler hem de propagandacılar tarafından paylaşılan ortak sorunlardır. Bu makalenin amacı, psikolojik savaşın nasıl olup da modern savaşın önemli bir ögesi hâline geldiğinin açıklanmasıdır. Sivil halkın askere yazılmasının ve halkın propagandanın yarattığı sahte çevrelere tepki vermesinin gerekliliği aynı şekilde ele alınmıştır. 1927'de Harold Lasswell'in özetlediği propaganda metotları modern savaş şekillendirmeye devam etmiştir. Tüm savaşlar içinde, sivil halkın anlayabileceği tek savaş olan propaganda savaşını artık tüm savaş raporlarını kaplamaktadır. Şimdi sadece savaş taktiklerini, askerî ekipman ve hayat kaybını değil, sivillerinin haklarının çiğnenmesini de öğrenmiş bulunuyoruz. Kimin suçlu olduğu, barbarlık yaptığı, fotoğrafçılar için ölü vücutları kimlerin düzenlediği ve bombaların kazara mı yoksa bilerek düştüğü hususlarını öğrenme konusunda, aydınlanmış bulunuyoruz. Modern savaş hesapları oyunbozan çocukların kavgalarını çok fazla benzemektedir; ancak bu hesaplar da modern propaganda savaşını ciddi ve ölümcül bir iş hâline getirilmesiyle türetilmiş bulunmaktadır.

⁵⁸ İngiltere St. Agnes Kilisesi, St. Agnes' Papazlığından papaz Geo. A Kitchen'in, ABC'ye 7 Nisan 1942 tarihinde gönderdiği mektup, AA (NSW) SP 109/16. Kutu 97. Madde: Anti-Dep Propagandası. Bu kampanya konusunda detaylı bilgi için bkz., Lynette Finch, 'Knowing the Enemy: Australian Psychological Warfare and the Business of Influencing Minds in the Second World War', *War & Society*, (16 Ekim 1998), ss. 71-91 ve Kay Saunders, 'Propaganda in Australia During the Second World War', *War and Society*, (15 Ekim 1997), ss. 75-90.