**PROPAGANDA KAVRAMI VE TANIMI**

Propaganda sözcüğünün kökeni Latince’de bahçıvanın taze bir bitkinin filizlerini yeni bitkiler üretmek için toprağa dikmesi anlamına gelen “propagare” sözcüğüne dayanmaktadır. Dolayısıyla propaganda sözcüğü belirli fikirleri yeşertmek ve yaymak anlamına gelmektedir.

Propaganda çalışmaları konusunda en yetkin bilim adamlarından biri olarak kabul edilen Qualter’a (1980:279) göre ise propaganda, “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 faaliyettir.”

**SİYASAL PROPAGANDANIN KÖKENLERİ**

Propaganda konusu, gerek siyasal yaşamda bir etmen olarak gerekse akademik inceleme konusu olarak tam anlamıyla 20. yüzyılın başında sahneye çıkmıştır. 1920’li yıllarda Lenin ve Hitler dönemlerinde etkili olarak kullanılan propaganda, günümüze kadar yaşanan teknolojik ve toplumsal-siyasal gelişmeler nedeniyle önemli değişiklikler göstermiştir. Propaganda kavramı, siyasal literatürde kullanıldığı dönemlerden beri olumsuz nitelemeleri de beraberinde taşımaktadır.

Propagandayı incelemenin en etkin yollarından biri onu, bir iletişim süreci olarak ele almaktır. Propaganda, bireyleri etkilemeyi ve bireylerin davranışlarını kontrol etmeyi amaçlayan bilinçli bir manipülasyondur. Varsayıma göre propaganda sırasında bir ikna süreci bireylerin duyguları/heyecanları üzerine yönlendirilir ve izleyici kitleler içindeki bireyler, gazete, radyo veya televizyonda yer alan heyecan verici iletilerden etkilenebilirler. Söz konusu bu iletiler izleyici bireylerin ilkel duyguları, nefretleri ve geleneksel düşmanlıkları üzerinde iş görmektedir. Siyasi propaganda ise “hükümet, parti, yönetim ve baskı gruplarının kamuoyunun davranışını kendi paralelinde değiştirmek için kullandıkları etkileme tekniklerini içerir” (İnceoğlu, 1985:75).

Siyasal propagandanın özgün bir çalışma alanına dönüşmesi M.Ö. 5000 yıllarında Antik Yunan’da ortaya çıkan, görüşleri inandırıcı bir biçimde sunma ilkesi üzerine kurulu retorik çalışmalarına dayandırılabilir.

Kurumsal olarak siyasal propagandanın tarihi ise 17. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 1622 yılında Papa XV Gregory, Protestan Reform Hareketi’nin etkilerine karşı mücadele edebilmek ve Kilise kurumunun saygınlığını arttırmak için Sacra Congregatio de Propaganda Fide’yi kurdu. Roma Katolik Kilisesi’nin resmi bir organı olan bu kuruluş Katolik Kilisesi’nin inancını yaymakla görevlendirildi.

Propaganda sözcüğü ilk zamanlar herhangi bir doktrini yaymak için kurulan örgütleri, daha sonraları doktrinin kendisini, günümüzde de doktrini yaymak için kullanılan teknikleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Daha 19. yüzyılda bile propaganda hala “çoğu yönetimlerin dehşet ve nefretle karşıladıkları ilke ve düşünceleri yaymak için kurulmuş gizli örgütleri” ifade etmekte kullanılıyordu.

Propaganda terimi her ne kadar 17. yüzyıldan beri kullanılıyorsa da ancak 1789 Fransız Devrimi’nden sonra siyasal alana aktarılabilmiştir. Birinci Dünya Savaşı propaganda tekniklerinin gelişmesi ve modern toplumda propagandanın oynadığı rolün kabulü bakımından önemli bir dönüm noktası olmuştur. Birinci ve İkinci Dünya Savaşı arasındaki dönemde propagandanın kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu durumda Sovyetler Birliği’nin sosyalizmi benimseyerek yeni bir siyasal güç olarak ortaya çıkması önemli bir rol oynamıştır.

**PROPAGANDA VE İKNA TEKNİKLERİ**

Propaganda teknikleri genellikle siyasetçiler ve reklamcılar tarafından kullanılır ve yedi başlık altında ele alınabilir (Severin ve Tankard, 1994:158-180): Ad takma, gösterişli genelleme, aktarma, tanıklık, sade vatandaş (içimizden biri), kağıt derme ve herkes yapıyor.

**Ad Takma:** Bir düşünceye kötü bir niteleyici isim vererek söz konusu düşüncenin ileri sürdüğü iddiaları veya kanıtları gözden geçirmeksizin reddetmemiz için kullanılır. Ad takma siyasi tartışmalarda sıkça başvurulan bir propaganda tekniğidir. Örneğin, Bir siyasi parti liderinin isminin uğursuz, beceriksiz gibi olumsuz ya da kararlı, başarılı, çalışkan gibi olumlu nitelemeler ile birlikte anılması.

**Gösterişli Genelleme:** Bir şeyi etkin bir sözcükle ilişkilendirerek söz konusu şeyi kanıtları gözden geçirmeden kabul ettirmek ve onaylatmak için kullanılır. Bir şeyin yanına iliştirilen bu tür bir sözcük o şeye prestij ve güç katar. Örneğin, Demir Lady, Süper Shell.

**Aktarma:** Bir şeyi daha fazla kabul edilebilir hale getirmek amacıyla saygı duyulan ve değer verilen başka bir şeyin otoritesini, onayını ve prestijini bu şey üzerine taşımaktır. Aktarma, çağrışım yaparak işleyen bir propaganda tekniğidir. Örneğin, bir otomobil reklamının sevilen bir müzik eşliğinde yapılması ile bu otomobile sahip olanların müzikle gelen güzel duygulara da sahip olacağı.

**Tanıklık:** Saygı duyulan ya da nefret edilen bir kişiye herhangi bir düşünce, program, ürün ya da kişinin iyi ya da kötü olduğunu söyletmeyi kapsar. Söyleyen kişiye saygı duyduğumuzdan, onun ağzından çıkan sözlere de saygı duyarız. Örneğin, saygın ve sevilen bir futbol yorumcusunun bir otomobilin iyi ve sağlam olduğunu söylemesi durumunda olduğu gibi.

**Sade Vatandaş:** Konuşmacının, dinleyicisinin halktan bir olması nedeniyle kendisinin ve düşüncelerinin iyi olduğuna ikna etmeye çalıştığı bir tekniktir. İzleyicilerin zihninde “işte içimizden biri” düşüncesi uyanır. Örneğin, bir inşaat şirketinin pazarladığı dairelerden satın alan kişilerin burada ne kadar rahat ve huzur içinde oturduklarını belirtmeleri.

**Kağıt Derme:** Bir düşünce, program, kişi ya da ürünün en iyi ya da en kötü olduğunu ortaya koymak amacıyla gerçeklerin ya da yalanların peş peşe sıralanması ile yapılan bir propagandadır. Bilgileri bir görüşü destekleyecek şekilde düzenlemeyi ve seçerek sunmayı kapsar. Örneğin, bir filmin veya bir romanın tanıtımı yapılırken eleştirmenler tarafından yapılan en olumlu eleştiriler filmin veya romanın tanıtımında kullanılır. Eleştirmenlerin yapmış olduğu olumsuz ya da daha az olumlu eleştirilere ise yer verilmez.

**Herkes Yapıyor:** Bir şeyi herkesin yaptığını ifade eden propaganda tekniğidir. Bununla propagandacı, yaptırmak istediği şeyin herkes tarafından kabul edildiğini, bu nedenle bizi de bu kişileri izlemeye ve herkesin yaptığını yapmak zorunda olduğumuza ikna etmeye çalışır. Örneğin, bir doğal afet ya da savaş durumunda yardım toplanması söz konusu olduğunda en zenginden en yoksula kadar her kesimden insanların kendi ekonomik güçleri ölçüsünde yaptıkları yardımları kamuoyuna duyurulur. Böylece, insanların yardımda bulunma konusunda duyarlı hale getirilmesi sağlanır.

Toplumu belirli bir yönde etkilemek amacıyla yapılan propagandanın kuralları şöyle sıralanabilir (Kışlalı, 1999: 176-177): Basitleştirme ve tek düşman kuralı, kabaca genel ifadelerle anlatma kuralı, tekrar kuralı, sevileni kullanma kuralı, oybirliği ve bulaşma kuralı.

**Basitleştirme ve Tek Düşman Kuralı:** Propaganda her şeyden önce konuyu basitleştirip, herkes tarafından kolaylıkla anlaşılabilecek hale sokmaya çalışır. “Yaşasın X”, “Kahrolsun Y”, “Katil Z” gibi sıfatlar etkili bir propagandanın vazgeçilmez unsurlarıdır. Dost ve düşman, iyi ve kötü kesin olarak bellidir.

**Kabaca Genel İfadelerle Anlatma Kuralı:** Kitlelere verilmek istenen mesajların, seslenilen gruptaki en düşük anlama seviyesindeki kişilerin anlayacağı hale getirilmesidir. Propagandacı, detaylı anlatımlardan kaçınır, genel ifadelerle mesajlarını iletir. Akılda kolayca kalması bakımından “İşçi hakkını alacak”, “Güçlü Türkiye”, “Avrupa Birliğine gireceğiz” gibi genel ve basitleştirilmiş anlatımlar en düşük eğitim ve anlama düzeyindekileri hedefler.

**Tekrar Kuralı:** Etkili bir propaganda için kitlelere iletilmek istenen mesajlar az sayıda düşünce ile sınırlandırılıp, o az sayıdaki düşünce bıkmadan tekrarlanmalıdır. Bir bireyin veya ulusun “çok üstün, çalışkan, kahraman ve güçlü” olduğunun sık sık tekrarlanması durumunda olduğu gibi sürekli duyulan şey doğruymuş gibi bireylerin bilinç altına yerleşebilir.

**Sevileni Kullanma Kuralı:** Bir topluma bir düşünceyi kabul ettirmeye çalışırken bunu doğrudan doğruya topluma dikte etmeyiz. Toplumun bu düşünceye alışması, onu benimsemesi için toplumun sevdiği şeylerle birlikte fikrimizi açıklarız. Örneğin, Bir dini ya da ideolojiyi benimsemiş insanlara “sizin inancınız yanlıştır” biçiminde propaganda yapmak başarısızlığı baştan kabullenmek anlamına gelir. Oysa, “aslında ben de sizinle aynı inancı paylaşıyorum ama ...” diye başlamak, en azından söyleyeceklerinizin daha dikkatli dinlenmesini sağlayabilir.

**Oybirliği ve Bulaşma Kuralı:** Sosyal bir varlık olan insan içinde yer aldığı grubun etkisi altında kalır. O gruptaki egemen düşünceye ters düşmemeye çalışır. Bir sorun karşısında kararsızlık yaşayan kişi ise çoğunlukla görüşü olmadığı için değil, ama farklı çevrelerin etkisi altında kaldığından dolayı bu durumdadır. Propagandanın amacı, sorunlar karşısında belirli yöndeki görüşleri güçlendirmek ve toplumda büyük bir kesimin o görüşü desteklediği inancını yaratmaktır. Birey bakımından çoğunluğa uymak, ondan etkilenmek genel ve güçlü bir eğilimdir.

**KAMUOYU VE PROPAGANDA**

Bugünkü anlamda kamuoyu tarihte ilk kez 18. yüzyıl Avrupa’sının tarihsel koşullarında ortaya çıkmıştır. 18. yüzyıl Avrupa’sının en büyük kentleri olan Londra ve Paris’teki kahvehane ve salonlarda başlayan sosyal etkileşim toplumdan o günün iktidarı krallara yönelik eleştirilere zemin oluşturmuş ve bugünkü anlamda kamuoyunun ilk örneğini ortaya çıkarmıştır (Price, 1992:9). Kamuoyu olgusunun daha önce ortaya çıkamaması çeşitli sosyal ve siyasal nedenlerden kaynaklanmaktadır.

19. yüzyıl boyunca siyasal alana damgasını vuran demokratik gelişim; parlamenter sistem, seçmenlik ve oy kullanma olgularını gündeme getirmiştir. Artık demokratik yollarla iktidara gelmek durumunda olan siyasetçiler seçmen kitlesinin oylarını almak zorunda olduklarından kamuoyuna büyük bir önem vermeye başlamışlardır.

Oy kullanma hakkı genişledikten ve sonuç olarak siyasi otoritenin kamuoyunu kendisine temel alması zorunlu kılındıktan sonra siyasal yaşam, kamuoyunu yönlendirme ve kamuoyu üzerinde kontrol kurma işinde profesyonelleşmiş kişilerin, bir başka deyişle propaganda uzmanlarının, üzerine eğildikleri başlıca alan olmuştur (Qualter, 1980:305). Propagandanın siyasal yaşam içinde önemli hale gelerek kapsamlı ve örgütlü bir şekilde yapılabilmesi için gerekli koşullar 19. yüzyılda sanayileşmenin, kentleşmenin, demokratikleşmenin ve ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla olmuştur.

Çağdaş anlamda kamuoyu olgusunun ortaya çıkabilmesi için öncelikle bireylerin fikirlerini serbestçe ifade edebilecekleri demokratik bir ortama ve birbirlerinin görüşlerini öğrenebildikleri toplumsal düzeyde yaygın bir iletişim ağına gereksinim vardır. Kamuoyu sadece bireylerin kendi aralarındaki etkileşimiyle değil, siyasal iktidarın, çeşitli toplumsal güç merkezlerinin, çıkar çevrelerinin, sivil toplum örgütlerinin ve medyanın etkileriyle çeşitli toplumsal sorunlar etrafında ortaya çıkan bir olgudur. Bilginin serbestçe dolaşımı ve ona özgürce ulaşabilme, kamuoyunun etkili bir şekilde ifade edilebilmesi ve dolayısıyla demokratik sürecin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için vazgeçilmez öneme sahiptir.

Toplumsal sorunları çözmek için ortaya atılan rasyonel düşünceler propaganda mekanizmaları ile çarpıtılabilir hale geldi. Bilim adamları, kitle iletişim araçlarının kullanımda olmasının ve bu sayede ortaya çıkan kamusal tartışmanın önemine işaret ederken, kamusal tartışmaya müdahaleler olduğunu ileri sürdüler.

Kamuoyu olgusu genellikle çeşitli toplumsal kesimlerin siyasal iktidarı veya çeşitli karar mekanizmalarını belirli talepler doğrultusunda harekete geçirme girişimi olarak algılanır.

Propaganda ile ilgili yapılan ilk çalışmalar ile kamuoyu konusundaki çalışmalar demokrasi, iktidar, iletişim, medya, manipülasyon gibi konularla ilgileri bakımından birbirleriyle kesişiyordu.

Kamuoyu, toplumsal talepleri siyasal iktidara ve çeşitli karar mekanizmalarına ileterek olumlu bir işlevi yerine getirmektedir. Öte yandan propaganda ise toplumdaki çeşitli çıkar çevrelerinin kamuoyunun taleplerini kasıtlı bir manipülasyon süreciyle engelleme ya da içeriğini değiştirme girişimi olarak ortaya çıkmaktadır.

**TEKNOLOJİ, PROPAGANDA VE TOPLUMSAL KONTROL**

Teknoloji alanındaki gelişmeler ulusal ve daha sonraları uluslararası çapta oluşan grupların üyeleri arasında haberleşme ve ulaştırma olanaklarını sağlamıştır.

Geleneksel toplum yapısının yıkılması ile birlikte giderek büyüyen sanayi kentlerinde büyük kalabalıklar içinde kendini bulan bireyler, birbirleriyle etkili bir iletişim kurabilmek için ortak bir bilgi birikimine sahip olma gereksinimi içindeydiler. Bunu da kitle toplumunda ancak kitle iletişim araçları sayesinde elde edebildiler.

Propaganda tekniklerinin giderek artan karmaşıklığı karşısında Walter Lippmann, Harold D. Lasswell ve Karl Mannheim gibi bilim adamları kamuoyunun ve dolayısıyla seçmenin profesyonel propagandacılar tarafından manipüle edilmesinden dolayı demokrasinin yaşayamayacağı korkusuna kapıldılar (Jowett, 1987:97).

İleri kapitalist toplumlarda bilgi yönetim ve kontrol sistemini ayakta tutan birbiriyle yakından ilişkili dört unsurdan söz edilmektedir (Robins, Webster ve Pickering 1987:12-13):

* Propaganda, halkla ilişkiler ve reklamcılık gibi aktif ikna kuruluşları
* Bazı bilgilere toplumun geniş kesimlerinin ulaşmasını sınırlamak isteyen çeşitli gizlilik,  güvenlik ve sansür mekanizmaları
* Bilgiyi metalaşmaya ve ticarileşmeye doğru götüren piyasa güçleri, patent ve kopyalama hakları gibi nedenlerle enformasyon akışını iş çevrelerinin değerlerine ve önceliklerine bağımlı kılan giderek hızlanan gelişmeler
* Siyasal ve sosyal kamuoyu araştırmaları, pazar araştırmaları gibi ticari ve siyasi çıkarlara hizmet eden bilginin toplanmasındaki artış

Kamuoyunun toplumsal gelişmelerden ne ölçüde doğru bir şekilde bilgilendirildiği ve haberdar edildiği demokratik siyasal yaşamımız için son derece önemlidir. Medya, siyasal iktidar ve kamuoyu birbirini karşılıklı olarak etkileyen üç önemli unsurdur. **Demokratik siyasal sistemimizin geleceği bu unsurlar arasındaki etkileşimin ne ölçüde açık, şeffaf, manipülasyondan uzak ve rasyonel ilkeler etrafında yürütüldüğüyle yakından ilgilidir.**