

## Propaganda için Kullanılan Bir Örtmece Olarak Kamu Diplomasisi Kavramı

SEYFİ SAY\*  
seyfisay@erciyes.edu.tr

**Özet:** Geçen yüzyılda sıkça ve yaygın biçimde kullanılmış olan propaganda terimi ile günümüzde onun yerini aldığı görülen kamu diplomasisi kavramı arasında bir benzerlik ve devamlılık ilişkisi bulunduğu görülmektedir. Kamu diplomasisi, genellikle, bir hükümetin, yabancı bir ülkenin vatandaş topluluğuyla doğrudan sosyal ilişki ve iletişim kurmak suretiyle ülkesinin dış politikasını yönetmesi ve ulusal çıkarlarını geliştirmesi çabası olarak tanımlanmaktadır. Propaganda ise, insanların düşünce ve faaliyetlerini etkilemek için tek yanlı olarak düzenlenmiş iletişim faaliyeti olarak görülmektedir. Bununla birlikte, birçok bilim adamı, kamu diplomasisi kavramının, zaman içinde gözden düşüp itibarsızlaşmış ve olumsuz çağrışımlarla yüklenmiş propaganda terimi için bir örtmece olarak kullanıldığını ileri sürmektedir. Yapılan tanımlar ve ilgili kavramlarla ifade edilen faaliyetler incelendiğinde, bu tür tespitlerin önemli bir gerçeklik payı içerdiği görülmektedir. Birçok ülkenin, önceden propaganda olarak kabul edilen faaliyetleri günümüzde kamu diplomasisi adı altında yürüttükleri anlaşılmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Kamu diplomasisi, yeni kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, propaganda, iletişim, ulusal çıkarlar.

### Giriş

Günümüzde devletlerin dış politika faaliyetlerini ifade etmek için pek çok farklı kavram kullanılmaktadır. Bunlardan ikisinin, geçen yüzyılda çok sık ve yaygın biçimde kullanılmış olan propaganda ile yüzyılın sonunda onun yerini almaya başlamış bulunan kamu diplomasisi olduğu bilinmektedir. Ancak bu durumun, “Propaganda kelimesinin kullanılmaması, eskiden bu kavramın kapsamında yer aldığı düşünülen etkinliklerin ortadan kalkması anlamına mı gelmektedir, yoksa aynı faaliyetler kısmen veya tamamen kamu diplomasisi ismi altında başka bir etiketle yeniden mi üretilmektedir?” şeklinde bir soruyu akla getirmesi doğaldır. Ayrıca, “yeni kamu diplomasisi” adı altında gerçekleştirilen yeni teorileştirme çabalarının, mevcut kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerçekte propaganda anlamına geliyor olmasından kaynaklanıp kaynaklanmadığı sorusu da önem taşımaktadır. Yine, kamu diplomasisini beyaz propagandadan farklı bir etkinlik olarak kabul etmek için yeterli gerekçeler bulunup bulunmadığı hususu da araştırılmaya değer bir konu durumundadır.

Bu çalışmada, büyük ölçüde teorik analize dayalı olarak bu sorulara cevap aranmaktadır. Burada önerilen düşünce, propaganda ile kamu diplomasisi arasında sınırları

\* Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

belirli açık ve kesin bir farklılık ve ayrışmanın bulunmadığı, amaçları, yöntemleri, araçları ve kullandıkları teknikler itibarıyla birbirlerinden çok da farklı olmadıklarıdır. İlgili literatüre genel bir bakış denemesi olan bu çalışmada ileri sürülen argümanlar kamu diplomasisi alanında ortaya konulmuş bulunan kuramsal ve empirik verilere dayanmaktadır. Önce sırasıyla kamu diplomasisi ve propaganda kavramları çeşitli boyutlarıyla ele alınmakta, ardından ikisi arasındaki devamlılık ilişkisine ve benzer yanları ile ayrıldıkları noktalar konusuna değinilmekte, daha sonra da kamu diplomasisi teriminin propaganda kavramının yerine kullanılmaya başlanmış olmasının ardındaki asıl nedenler üzerinde durulmaktadır.

### **Kamu diplomasisi**

Kamu (*public*) ve diplomasi (*diplomacy*) kavramlarının birleşiminden oluşan kamu diplomasisi teriminin ortaya çıkışı 1856 yılına kadar uzanmaktaysa da, günümüzdeki anlamıyla kullanan ilk ismin Edmund Gullion olduğu bilinmektedir. Tufts Üniversitesi'nde Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu'nun (*The Fletcher School of Law and Diplomacy*) dekanlığını üstlenmiş ve Edward R. Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi'ni (*Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*) kurmuş bulunan Gullion, 1965 yılında bu kavramın Uluslararası İlişkiler literatürüne girmesinin önünü açmıştır.<sup>1</sup>

Söz konusu kavramın farklı tanımları bulunmakla birlikte, bu terim, geniş anlamda, bir hükümetin, yabancı bir ülkenin vatandaş topluluğuyla doğrudan sosyal ilişki ve iletişim kurmak suretiyle ülkesinin dış politikasını yönetmesi ve ulusal çıkarlarını geliştirmesi çabalarını tasvir için kullanılmaktadır.<sup>2</sup> Kamu diplomasisi, ABD Dışişleri Bakanlığı'nın yayınladığı dokümanlara göre, kısaca, hükümet tarafından malî açıdan desteklenen ve başka ülkelerdeki kamuoylarını bilgilendirmeyi ya da etkilemeyi amaçlayan programları içerir.<sup>3</sup> Böylece başka ülkelerin hükümetleri, kamuoyları etkilenmek suretiyle yönlendirilmeye, bir başka deyişle, yönetici elit grup içindeki fikir ayrılıkları kamuoyu üzerinde tesis edilen etki vasıtasıyla istenilen yönde giderilmeye çalışılır. Kamuoyunda etki tesis edilmesi suretiyle yönetici elit grup içerisinde olumlu tutumu olan kesimlerin işinin kolaylaştırılması, olumsuz tutum sahiplerinin ise etkisizleştirilmesi ya da hareket alanlarının daraltılması amaçlanır.<sup>4</sup> Bu yüzden, birçok yazara göre, imaj geliştirilmesi, propaganda, ulus markalama (*nation branding*) gibi pek çok faaliyeti kamu diplomasisi uygulaması olarak nitelendirmek mümkündür.<sup>5</sup>

Kamu diplomasisinin geleneksel kavramsallaştırmalarının üç boyutu öne çıkardığı ileri sürülmektedir: İmaj üretimi, ulusal çıkarlar taraftarlığı ve ortak anlayışların

1 Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase", *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (19-23), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009, s. 19.

2 Christopher Paul, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates*, Santa Barbara, California: Praeger, 2011, s. 35.

3 Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried, "The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance, and the Promise of Civil Society", *Searching for a Cultural Diplomacy* içinde (13-30), ed. Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried, USA: Berghahn Books, 2013, s. 14.

4 Erhan Doğan, "Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtları Üzerine", *Kamu Diplomasisi* içinde (13-33), ed. Abdullah Özkan ve Tuğçe E. Öztürk, İstanbul: Tasam Y., 2012, s. 14.

5 Emel G. Oktay, "NATO'nun Dönüşümü ve Kamu Diplomasisi'nin Artan Rolü", *Uluslararası İlişkiler*, 9/34 (2012), s. 128.

teşvik edilip geliştirilmesi.<sup>6</sup> Ancak, böylesi kavramsallaştırmaların birtakım öngörüsüzlük ve yetersizlikler içerdiği önu sürülmekte ve neden olarak şu özellikler sayılmaktadır: Birincisi, mevcut tanımlar ‘güç’ temeli üzerine kuruludur; kamu diplomasisi, devletin kullanımındaki gücün sadece bir aracı olarak görülür ve genelde imaj üretimi devletin ‘yumuşak gücü’nün bir parçası olarak değerlendirilir. İkincisi, benimsenen yaklaşımlar ulus-devlet merkezlidir; kamu diplomasisinin ulus-devletlerin çıkarlarına nasıl daha iyi hizmet edebileceği keşfedilmeye çalışılır, bunun ötesinde bir şey amaçlanmaz. Üçüncüsü, söz konusu tanımlar tek yanlı, mazeret üretici ve ideolojiktir; ulus-devletlerin gücünü arttırmayı hedefler. Ulus-devletlerin çıkarlarının retorik olarak savunulması suretiyle onların benimsedikleri değerlerin ve ideolojilerin desteklenmesi ve böylece söz konusu devletlerin gücünün geliştirilmesi hedeflenir. Bu bakış açısına göre, böylesi kavramsallaştırmaların zeminini oluşturan siyaset düşüncesinin kökleri Uluslararası İlişkiler kuramındaki realizm ve neorealizm akımlarına dayanmaktadır. Realist yaklaşım; devletin en önemli uluslararası aktör olduğunu, ayrıca devlet politikasının, onun güvenliğinin ve gücünün azami düzeye çıkarılması için, izlenen her bir yolun maliyetinin ve faydasının rasyonel değerlendirilmeye tâbi tutulması esası üzerine kurulu bulunduğunu, ahlâkın ve evrensel manevî değerlerin ise önemsiz ve tartışmaya açık konular olduğunu kabul eder.<sup>7</sup>

Kamu diplomasisini açıklayan dört temel kavram bulunduğunu belirten Gregory, bunları anlama, planlama, angajman ve taraftarlık olarak sıralamaktadır. Ona göre, her birinin anlamı ve kullanımı konusunda bilim adamları ve uygulayıcılar farklı yaklaşımlara sahip olabilirler, fakat bu kavramları uygun bulma konusunda çok az ihtilaf vardır. Anlama; kamu diplomasisi aktörlerinin kendi hâkim kültürel, siyasal ve iletişimsel şablonlarını ve diğer kültürlerin bunlardan ayrıldıkları noktaları bilmesidir. Anlamanın ikinci bir kategorisi uygulama becerisini, programların hedefler için uygunluğunu ve muhataplar üzerindeki etkisini değerlendirebilmeyi içerir. Planlama; politika belirleme ve uygulamada liderlere yol gösterme, stratejiler geliştirme, stratejik yön sunma, kamu diplomasisi aktörlerini koordine etme ve değişimi düzenleme çabasıdır. Angajman ise, muhataplarla iletişime geçme sürecinde ortaya çıkan diyalog, mantıklı tartışma, başkalarının fikirlerine açık olma ve soru yönelterek öğrenme faaliyetlerini içerir.<sup>8</sup> Buna karşılık taraftarlık, birtakım faaliyetler, konuşmalar ve akıl ile duygulara hitap eden imajlar vasıtasıyla dikkat çekme, güven kazanma ve birisinin faydasına olacak şekilde ikna etmeye çalışma çabasını ifade eder.<sup>9</sup> Anlama ve planlama bilişsel, angajman ve taraftarlık ise operasyonel kategorilerdir.<sup>10</sup> Ancak bu dört kavramın, kamu diplomasisinin ideal bir tasviri olarak kabul edilmesi gerekmektedir, çünkü uygulamada özellikle anlama ve angajman öğelerine yeterince yer verildiği kuşkuludur.

6 Juyan Zhang ve Brecken Chinn Swartz, “Public diplomacy to Promote Global Public Goods (GPG): Conceptual Expansion, Ethical Grounds, and Rhetoric”, *Public Relations Review*, 35 (2009) s. 382.

7 A.g.e., s. 383.

8 Bruce Gregory, “American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation”, *The Hague Journal of Diplomacy*, 6 (2011), s. 355-7.

9 A.g.e., s. 360.

10 A.g.e., s. 357.

Fisher, mevcut kamu diplomasisi analizlerinin çoğunun, gücün ilk tezahürü, yani politikayı açıklama ve ardından mesaj ile eylemler arasında ortaya çıkan gerilim üzerinde yoğunlaşmakta olduğunu belirtmektedir.<sup>11</sup> Bu gerilimin, sadece kamu diplomasisi olarak adlandırılan faaliyetlerin kendisi için değil, aynı zamanda kamu diplomasisinin tanımı için de geçerli olduğu söylenebilir, çünkü uygulama ile tanımlar arasında bir farklılaşma bulunduğu görülmektedir. Bunun sonucunda teorik alanda yeni arayışlar ortaya çıkmaktadır. Paul'un açıkladığı gibi, farklı kamu diplomasisi teorilerinin farklı ve bazen de birbiriyle çatışan faaliyet biçimleri ortaya koydukları bilinmektedir.<sup>12</sup> Öte yandan, kamu diplomasisinin hedefleri, araçları ve imkânları/kaynakları arasında da önemli bir gerilimin mevcut olduğu öne sürülmektedir.<sup>13</sup>

Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi birçok gözlemci tarafından, uygulama biçimleri ve sonuçları bakımından, karmaşık bir şekilde birbiriyle bağlantılı olgular olarak görülmektedir. Gerçekten de, bu politikaların pek çok uygulayıcısı bu iki kavramı birbiri yerine kullanmaktadır.<sup>14</sup> Ancak, kültürel diplomasi ile kamu diplomasisi çoğu zaman eşanlamlı olarak kullanılmakla birlikte, bunların son tahlilde birbirinden farklı kavramlar ve olgular olarak kabul edildikleri görülmektedir. Faaliyet alanları bakımından aralarında ortaklık bulunmakla beraber, kamu diplomasisi, genel anlamıyla hükümetlerin iç ya da dış kamuoyunu istenilen doğrultuda bilgilendirmek ve etkilemek amacıyla yürüttükleri çabalar durumundadır.<sup>15</sup> Buna karşılık kültürel diplomasi, kültür kavramının geniş kapsamından dolayı kamu diplomasisi faaliyetlerini de içine almakla birlikte onu aşan bir muhtevaya sahiptir. Kültür kavramının anlam bakımından genişliği ve çok boyutluluğu yüzünden kültürel diplomasiyi propaganda ile özdeş görenler kadar, politikayla ilgisiz bir etkinlik olarak değerlendirenler de mevcuttur.<sup>16</sup> Anglo-Amerikan dünyasında yazarlar kültürel diplomasi ile kamu diplomasisi arasında sıkça ayırım yapmaktadırlar. Bununla birlikte kamu diplomasisinin başlıca araçları olarak basılı yayınlar, sinema filmleri, kültürel değiş-tokuşlar, radyo ve televizyon görülmektedir. Bu nedenle, İngiliz bilim adamı Nick Cull kültürel diplomasiyi kamu diplomasisi genel başlığı altındaki faaliyet ve programların bir alt kümesi olarak görmektedir.<sup>17</sup> Devlet kurumları tarafından uygulanan, kültürel ve dilsel alışverişi ve akademik değişimleri yaygınlaştırma amaçlı programlar, kültürel diplomasinin en önemli araçları arasında sayılmaktadır.<sup>18</sup> Bu tür faaliyetlerden beklenen sonuçlar dikkate alındığında, kültürel diplomasi, genel olarak ulusal güvenlik

11 Ali Fisher, "Looking at the Man in the Mirror: Understanding of Power and Influence in Public Diplomacy", *Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy* içinde (271-295), ed. Ali Fisher ve Scott Lucas, Leiden: Martinus Nijhoff Publishers, 2011, s. 273.

12 Christopher Paul, *Whither Strategic Communication?: A Survey of Current Proposals and Recommendations*, Santa Monica CA: RAND Corporation, 2009, s. 3.

13 Doğan, s. 14.

14 Irderjeet Parmar, "Responding to Anti-Americanism: The Politics of Public Diplomacy", *Anti-Americanism: in the 21st Century* içinde (239-262), ed. Brendon O'Connor ve Martin Griffiths, Oxford: Greenwood World Publishing, 2007, s. 249.

15 Fırat Purtaş, "Türk Dış Politikasının Yükselen Değeri: Kültürel Diplomasi", *Akademik Bakış*, 7/13 (2013), s. 4.

16 Jessica C. E. Gienow-Hecht, "What Are We Searching For? Culture, Diplomacy, Agents and the State", *Searching for a Cultural Diplomacy* içinde (3-12), ed. Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried, New York: Berghahn Books, 2012, s. 9-10.

17 Gienow-Hecht ve Donfried, s. 14.

18 Oktay, s. 132.

politikasının, özel olarak da kamu diplomasisinin bir unsuru olarak değerlendirilebilmektedir.<sup>19</sup> Zaharna'ya göre, kültür ile kamu diplomasisi arasındaki ilişki açıktır. Nasıl ki kültür insanların iletişim biçimlerini belirlerse, aynı şekilde bir ulusun kamu diplomasisine de şekil verir. Ancak, kamu diplomasisinin kültürel tarzları arasındaki asimetriye bağlı olarak, kamu diplomasisinde istenmeyen sonuçlar ve krizler ortaya çıkabilir.<sup>20</sup>

Kamu diplomasisi teorisindeki karmaşanın ve tanımlardaki belirsizliğin tezahürlerinden birini, “yeni kamu diplomasisi” (*The New Public Diplomacy*) adı altında yapılan yeniden teorileştirme ve tanımlama çabaları oluşturmaktadır. Kamu diplomasisinin ABD politik iletişiminde kurgulanan klasik anıam ve yapısının dışında şekillenen bu yeni kavramsal çerçeve Jan Melissen, Brian Hocking, Philip Seib ve Nicholas J. Cull gibi akademisyenlerce geliştirilmeye çalışılmaktadır. Öte yandan, 1990'lı yıllarda oluşmaya başlayan markalaştırma (*branding*) yaklaşımı ve ilk defa Joseph S. Nye tarafından dile getirilen yumuşak güç (*soft power*) paradigması da, kamu diplomasisi bağlamında önem taşıyan yeni açılımlar durumundadır.<sup>21</sup> Cull, yeni kamu diplomasisi yaklaşımı ile kamu diplomasisinin, propagandanın eski konseptleri yerine, bir taraftan pazarlamadan gelen özellikle mekan markalaşması ve millî markalaşma anlayışından, diğer taraftan da ağ iletişimi teorisinde gelişen konseptlerden gittikçe artan bir biçimde yararlandığını belirtmektedir.<sup>22</sup> Melissen'e göre de, özellikle Birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yeni diplomasi anlayışında, kamu diplomasisinin *propaganda* gibi tek taraflı değil, “yabancı izleyicileri de angaje edecek” iki taraflı bir iletişim stratejisini yürütmesi düşüncesi gündeme gelmiştir.<sup>23</sup> Pamment ise, yeni kamu diplomasisini özellikleri bakımından diyalojik, geniş kapsamlı ve işbirliği yanlısı olarak nitelendirmektedir.<sup>24</sup>

Bu yeni arayışlar çerçevesinde kamu diplomasisi teorisindeki temel konulardan birini, onun monolog mu yoksa diyalog mu olduğu meselesi oluşturmaktadır. “Yeni kamu diplomasisi” kavramını ortaya atanlar, şimdiye kadar uygulayıcıların, propaganda faaliyetini akla getirir şekilde monolog üslubunu ve tek-yönlü mesaj iletimini sürdürmüş olduklarını, fakat artık diyaloga dönülmesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Bu çerçevede Shaun Riorden, başarılı kamu diplomasisinin, *değerlerin ifade edilmesi değil, samimi bir diyalog temeli üzerinde yürütülmesi gerektiğini öne sürmektedir. Çünkü kamu diplomasisi yabancı toplumlarda geniş bir oyuncu dizisiyle bağlantı kurmak zorundadır ve bu, hakikat ya da fazilet üzerinde kimsenin sahiplik*

19 J. Michael Waller (ed.), *The Public Diplomacy Reader*, Washington DC: The Institute of World of Politics Press, 2007, s. 197.

20 R.S. Zaharna, “Asymmetry of Cultural Styles and the Unintended Consequences of Crisis Public Diplomacy”, *Intercultural Communication and Diplomacy* içinde (133-155), ed. Hannah Slavik, Geneva: DiploFoundation, 2004, s. 134.

21 Selçuk Temel, Amerikan Kamu Diplomasisinin 11 Eylül Sonrası Yönetim Anlayışı ve Sergilenen Faaliyetler Odağında İncelenmesi: Kamu Diplomasisindeki Değişimleri Anlamak, Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2010, s. 49.

22 Elif Sak, “Kamu Diplomasisi ve Çin”, *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 2/1 (2014), s. 12.

23 Eylem Yanardağoğlu, “Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi), 38 (2014), s. 116.

24 James Pamment, *New Public Diplomacy in the 21st Century*, New York: Routledge, 2013, s. 3.

tekelinin bulunmadığını ve başka fikirlerin de geçerli olabileceğini kabul eden daha açık ve belki alçakgönüllü bir yaklaşımı gerektirmektedir. Bir başka ifadeyle, kamu diplomasisi, hedef dinleyicilere mesaj ulaştırmaktan daha fazla bir şey olmak zorundadır.<sup>25</sup> Bu yaklaşım, yeni kamu diplomasisi anlayışı ile postmodernizm arasındaki ilişkiyi de ortaya koymaktadır.

Öte yandan, özellikle Amerikan kamu diplomasisinin gerçekte emperyalizmin daha yumuşak ve örtülü bir biçiminin sürdürülmesi amacına hizmet ettiği de öne sürülmektedir. Bağçe'ye göre, doğrudan şiddete veya savaşa gerek kalmaksızın hammadde kaynaklarının kontrolünü, sermaye ihracını ve pazarların denetlenmesini kolaylaştırmayı hedefleyen Amerikan kamu diplomasisi, küresel kapitalizmin işleyişini sağlayacak ve merkez-çevre ülkeler arasındaki asimetric ilişkileri sürdürecektir. "ideolojik bir aygıt" niteliği taşımaktadır. Bu ideolojik aygıt işlemediğinde, savaş dışı yöntemlerin kaynak ve pazarları denetlemede yetersiz kaldığı durumlarda ise, savaşa ya da baskı araçlarına başvurulacaktır. Kısacası Amerikan kamu diplomasisi askerî emperyalizm dışındaki emperyalizm türlerine karşılık gelmekte, özellikle kültür emperyalizmini daha belirgin biçimde içermekte; sömürü, nüfuz ve parçalama mekanizmaları kamu diplomasisi ile işlerlik kazanmaktadır. "Kamu diplomasisi nüfuz mekanizması çerçevesinde siyasal emperyalizmi, kültür emperyalizmini ve iletişim emperyalizmini geliştirmeyi amaçlamaktadır."<sup>26</sup>

## Propaganda

Yirminci Yüzyıl'ın propaganda yüzyılı ya da propaganda çağı olarak adlandırıldığı bilinmektedir. Bugün bilinen anlamı ve tarzı itibariyle propaganda faaliyetleri Birinci Dünya Savaşı ile başlamış bulunmakla birlikte, kavramın yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması 1930'lu yıllarda olmuştur.<sup>27</sup> Ancak, kavramın çok daha önceye uzanan bir tarihi vardır, 1622 yılında Papa XV. Gregory tarafından Romada düzenlenen *Propaganda Fidei* ("inancın yayılması için") toplantısı ile literatüre girmiş bulunmaktadır.<sup>28</sup> Bununla birlikte, propogandanın herkes tarafından kabul edilmiş bir tanımından söz etmek mümkün olmamaktadır, birine göre propoganda niteliği taşıyan bir faaliyet, bir başkasına göre değildir. Bunun nedenlerinden biri, propoganda kavramının zamanla itibarsızlaşmış bulunması, pejoratif ve aşağılayıcı bir nitelik kazanmış olmasıdır. Bu yüzden, tanım gereği propoganda olarak kabul edilmesi gereken birçok etkinlik, onları gerçekleştirenlerce özenle propogandayla ilgisiz etkinlikler olarak sunulmaktadır.<sup>29</sup>

25 William A. Rugh, "Conclusion", *The Practice of Public Diplomacy: Confronting Challenges Abroad* içinde (243-257), ed. William A. Rugh, New York: Palgrave Macmillan, 2011, s. 246.

26 H. Emre Bağçe, "Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi", *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 28 (2003), s. 74.

27 Stanley B. Cunningham, *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*, Westport, CT: Praeger Publisher, 2002, s. 2.

28 Roger Scruton, *A Dictionary of Political Thought*, London: Pan Books, 1982, s. 381. Kavram, Latince "bahçvanın taze bir bitkinin filizlerini yeni bitkiler üretmek için toprağa dikmesi" anlamına gelen *propagare* kelimesinden türetilmiştir. Bkz. J. A. C. Brown, *Siyasal Propaganda*, çev. Yusuf Yazar, İstanbul: Ağaç Y., 1992, s. 11.

29 Nicholas J. O'Shaughnessy, *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction*, Manchester: Manchester University Press, 2004, s. 3.

Buna bağlı olarak propaganda teriminin basit ve kompleks, sınırlandırıcı ve kapsamlı birçok farklı tanımı yapılmaktadır. Yaygın olarak kullanılan bazı tanımlar şöyledir: Propaganda, insanların düşünce ve faaliyetlerini etkilemek için tek yanlı olarak düzenlenmiş iletişimdir. Propaganda, hem iyi hem de kötü amaçlar için kullanılabilir bir ikna sanatıdır. Propaganda, herhangi bir şeyi pazarlamak için yürütülen bütün iletişim faaliyetlerine verilen isimdir. Propaganda, duyguları aklın, inancı tecrübe ve kanıtın önüne geçiren bir iletişim biçimidir.<sup>30</sup> Propaganda, diğer insanların inanç, tutum ve eylemlerini yönlendirmek veya belirli bir doktrin ya da uygulamayı yaygınlaştırmak için gerçekleştirilen az veya çok sistematik nitelikteki bir uğraşta sembollerin kullanımı olarak da tanımlanmaktadır.<sup>31</sup> Ayrıca, propaganda kavramını, muhatapları ikna etmek için yalan söylemek ve yanlış bilgi vermek olarak anlayanların yanı sıra, bütün kitle ikna türlerini ifade etmek için kullananlar da mevcuttur.<sup>32</sup> Yaptığı tanıma “değerler”i de dâhil eden Peter Kenez’e göre ise propaganda, insanların düşüncelerini, duygularını ve bu suretle davranışlarını etkileme ümidiyle sosyal ve siyasal değerleri aktarma ve yayma girişimidir. Buna karşılık, etkilemenin ötesinde kontrolden söz eden Harold Lasswell, propagandanın modern toplumları kontrol etmenin en tesirli araçlarından biri olduğunu belirtmektedir.<sup>33</sup> Öte yandan, bir siyaset aracı olan propaganda, siyasal fikir ve kanaatlerin, çıkış kaynaklarından topluma doğru yayılması olarak da tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra propaganda, büyük bir insan topluluğunun tartışmalı bir konudaki inanç, tutum ve eylemlerinin kasten yönlendirilmesi veya belirli bir doktrin ya da uygulamanın yaygınlaştırılması için gerçekleştirilen bilinçli, sistematik ve organize çabalar olarak da tarif edilmektedir.<sup>34</sup>

Bu açıdan bakıldığında propaganda, belirli bir grubun aklını, duygularını ve eylemlerini, genel nitelikli amaçlar doğrultusunda etkilemeye yönelik sistematik ve tasarlanmış çabalarıdır. Diğer bir deyişle, iletişim araçlarını kullanarak, bireyler ve gruplar aracılığıyla diğer grup ya da toplumların kanaatlerini, görüşlerini ve davranışlarını propaganda yapıcının istekleri doğrultusunda etkileme, değiştirme veya kontrol altında tutmaya yönelik bilinçli bir davranıştır.<sup>35</sup> Bütün bu tanımların ortaya koyduğu gibi, propaganda terimi, bir gaye, bir ideoloji, bir topluluk veya bir devletin başarı kazanması için, gerçeğe ve akla aykırı bile olsa, kendi kendini övme ya da rakiplerini yerme suretiyle yapılan girişimleri adlandırmak için kullanılmaktadır.<sup>36</sup> Siyasal propaganda, salt devletler değil, aynı zamanda sivil toplum örgütleri tarafından da kullanılan bir araç ve yöntem durumundadır. Fakat, devletlerin siyasal propaganda faaliyetleri hem iç hem de dış politikayı kapsarken, sivil toplum örgütlerinin genel-

30 Henry Conserva, *Propaganda: A Question and Answer Approach*, Bloomington, IN: AuthorHouse, 2009, s. 1.

31 Michael Sheehan, *The International Politics of Space*, London: Routledge, 2007, s. 20.

32 Paul Rutherford, *Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods*, Toronto: University of Toronto Press, 2004, s. 7.

33 Anne-Marie Brady, *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*, Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers, 2008, s. 3.

34 George A. Theodorson ve Achilles G. Theodorson, *A Modern Dictionary of Sociology*, London: Barnes & Noble Books, 1979, s. 318.

35 Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, çev. Konrad Kellen ve Jean Lerner, New York: Vintage Books, 1965, s. 62.

36 Scruton, s. 381.

likle iç politika ile sınırlıdır.<sup>37</sup>

Zaman içinde birçokları “iyi propaganda” ve “kötü propaganda” ayrımı yapmış olsalar da, bu durum, kavramın itibar kaybının önüne geçememiştir.<sup>38</sup> Buna bağlı olarak propaganda faaliyetleri gerçeklerin ve doğru bilgilerin ifadesine dayanan “beyaz propaganda”, yalan üretimi ve aldatma demek olan “kara propaganda” ve doğrularla yanlışların birbirine karıştırılarak kullanılması anlamına gelen “gri propaganda” olarak üç başlık altında tasnif edilmektedir. Ancak beyaz propaganda bile, gerçeklerin salt gerçeğin açığa çıkarılması için ifade edilmesi değil, başka bir amaç için kullanılması esasına dayanır.<sup>39</sup> Bunun yanı sıra, stratejik propaganda ve taktik propaganda ayrımı da yapılmaktadır.<sup>40</sup> Ayrıca silahlı propaganda türlerinden oluşan bir başka sınıflandırmanın daha yapıldığı görülmektedir.<sup>41</sup>

Propagandayı diğer iletişim tekniklerine göre özgün kılan bazı temel özellikler bulunduğunu öne sürenlere göre bunlar şu şekilde sıralanmaktadır: Propaganda bilinçli bir girişimdir; başka topluluk ve grupların tutumları üzerinde kontrol kurmayı ve onları değiştirmeyi amaçlar; tek tek bireyler dışında kitleleri hedef alır; kitle iletişim araçlarından yararlanır.<sup>42</sup> Bir başka deyişle, bir eylemin propaganda olarak nitelendirilebilmesi için kanaat ve görüşleri etkileme ve denetlemeye yönelik bilinçli bir davranışın söz konusu olması gerekir. İçeriği nadiren bütünüyle doğru olmakla birlikte, inandırıcılık kaygısı yüzünden bütünüyle yanlış da olmayan propaganda, insanların zihinlerinin kazanılması için yapılan bir mücadele olmaktan daha fazla birşeydir; manipülasyon ya da zor kullanma olmaksızın insanların zihinlerini doğrudan biçimlendirmeye çalışmaktır. Propagandanın kaynağı tarafından hedefe yöneltilen mesajlar genel nitelikleri açısından başlıca iki grupta toplanabilirler: Birinci grup mesajlarda amaç, etkilenmeye çalışılan kişi ve toplumların sempatisini kazanmak ve bunların sayısını arttırmaktır. İkinci grupta ise, birey ve toplumların belirli bir biçimde davranmasını sağlamaya, yani eyleme yönelik mesajlar sözkonusudur.<sup>43</sup> Propagandanın amacı, hedef grupları, tutum ve davranışlarını değiştirmelerini sağlayacak şekilde etkilemek olmakla birlikte, mantıksal bir söylem veya diyalektik bir araştırma olmaktan uzaktır. Bunun yerine, gerçekliğin seçici bir elemeye tâbi tutulmasına, kısmî ve parçalı açıklamalara ve belirli bir amaç doğrultusunda önceden belirlenmiş mesajlara dayanır.<sup>44</sup>

Psikolojik savaş kavramı, ideolojik, politik, ekonomik, kültürel ve toplumsal nitelikte birçok konuda yapılan propagandayı da kapsayan bir içeriğe sahiptir. Psikolojik savaşın önemli bir parçası ya da aracı olması dolayısıyla çoğu zaman psikolojik savaş

37 Norman D. Palmer ve Howard C. Perkins, *International Relations: The World Community in Transition*, 2. ed., Boston: Houghton Mifflin Company, 1957, s. 125.

38 Randal Marlin, *Propaganda and the Ethics of Persuasion*, Ontario: Broadview Press, 2003, s. 16.

39 Garth S. Jowett ve Victoria O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, 6. ed., Los Angeles: SAGE Publications, 2015, s. 20-7.

40 Ellul, s. 62.

41 Nevzat Tarhan, *Psikolojik Savaş: Gri Propaganda*, 6. b., İstanbul: Timaş Y., 2004, s. 35-50.

42 Temel, s. 37.

43 Ellul, s. 62.

44 K. J. Holsti, *International Politics: A Framework for Analysis*, 3. ed., Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc., 1977, s. 221.



ile propaganda arasında ayırım yapmak güç olmakla birlikte, psikolojik savaşın en önemli özelliği, propagandaya göre çok daha saldırgan bir karaktere sahip olmasıdır.<sup>45</sup> Propagandanın psikolojik savaş aracı olarak kullanılması, hedef toplumun düşünce ve hareket tarzının belirlenmesi suretiyle onların dış tesirler karşısındaki mücadeleye, savunma ve direniş iradesinin azaltılması, etkisizleştirilmesi veya kırılması anlamına gelmektedir.<sup>46</sup>

### Aynı madalyonun iki yüzü: Kamu diplomasisi ve propaganda

Kamu diplomasisi, propagandanın veya diplomatik reklamcılığın bir uzantısı olarak ortaya çıkmış ve hızlı bir biçimde, çağdaş uluslararası ilişkilerin nasıl yürütülmekte olduğunu açıklama çabalarının merkezî bir kavramı haline gelmiştir.<sup>47</sup> Kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının tanımlarına ve bu kavramlarla adlandırılan faaliyetlerin amaçlarına, kullandıkları araçlara ve yöntemlere bakıldığında, iki kavram arasında büyük bir benzerlik ya da önemli boyutlarda örtüşmenin bulunduğu görülmektedir. Tanım gereği, birçok kamu diplomasisi faaliyeti aynı zamanda propaganda durumundadır.<sup>48</sup> Bundan dolayı birçok çalışmada, gerçekte büyük oranda “propaganda” ile ilişkilendirilebilecek olan faaliyetlerin kamu diplomasisi adı altında sınıflandırılmış oldukları görülmektedir.<sup>49</sup> Aynı şekilde, kullanılan tekniklerde de benzerlik vardır.<sup>50</sup> Dikkat çeken bir başka nokta, günümüzde kamu diplomasisi kavramıyla ifade edilen etkinliklerden önemli bir bölümünün, bu kavramın yaygınlık kazanmasından önce propaganda faaliyeti olarak adlandırılmış olmalarıdır. Cull’ın ifadesiyle, kamu diplomasisi kavramı ABD’de 1965 yılından beri, ulus-ötesi (*transnational*) “kültürel propaganda” ve yayın yönetimi faaliyetlerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Ona göre, söz konusu terim birçok açıdan propaganda anlamına gelmekle birlikte, bu kavramın olumsuz çağrışımlarından kaçınmak isteyen ABD, ilgili faaliyetleri için bu kelimeyi kullanmaktan uzak durmaktadır.<sup>51</sup> Kamu diplomasisi uygulamalarının geçmişinde propaganda bulunduğu gibi, Uluslararası İlişkiler literatüründe önemli bir yer tutan propaganda kavramı, günümüz kamu diplomasisi olgusunun temelini oluşturmaktadır.<sup>52</sup> Gerek demokrasilerin gerekse diktatörlüklerin yurtdışı propaganda faaliyetleri için giderek daha sık biçimde kamu diplomasisi kavramını kullandıklarını belirten Bussemer, böylesi propaganda çabalarının tipik bir örneği olarak, Irak’taki Amerikan politikasının Arap dünyası tarafından anlayışla karşılanması için ABD tarafından yapılan yayıncılık faaliyetini göstermektedir.<sup>53</sup>

45 Tayyar Arı, *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*, 3. b., İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1999, s. 295; Sezen Ünlü, *Sosyal Psikoloji*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Y., 2004, s. 4.

46 Tayyar Arı, *Uluslararası İlişkiler*, 2. b., İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1997, s. 479.

47 Pamment, s. 2.

48 Evan H. Potter, *Branding Canada: Projecting Canada’s Soft Power Through Public Diplomacy*, Montreal: McGill-Queen University Press, 2009, s. 60.

49 Oktay, s. 127.

50 Yanardağoğlu, s. 116.

51 Nicholas J. Cull, “Public Diplomacy”, *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, ed. Nicholas John Cull, David Holbrook Culbert ve David Welch, Santa Barbara, California: ABC-CLIO, Inc., 2003, s. 327; William A. Rugh, *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics*, New York: Palgrave MacMillan, 2014, s. 10.

52 Aslı Yağmurlu, “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, *İletişim Araştırmaları*, 4/1 (2007), s. 24.

53 Thymian Bussemer, *Propaganda: Konzepte und Theorien*, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für

Bu yüzden Batılı literatürde kamu diplomasisinin gerçekte propagandanın gelişip serpilmiş bir biçimi olduğu yönündeki ifadeler sıkça tekrarlanmaktadır.<sup>54</sup> “Kamu diplomasisi, bir propaganda biçimi midir?” sorusunu yönelten Waller, “Nesnel konuşmak gerekirse, cevap evettir” demek ve kamu diplomasisinin, hedef dinleyicilerin algılarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleme niyeti taşıyan, iknaya yönelik bir iletişim biçimi oluşuna dikkat çekmektedir. Ona göre, “Birinci ve İkinci Dünya Savaşları yüzünden öyle olumsuz çağrışımlarla yüklenmiş bir kelimedir ki, çoğu kamu diplomasisi aktörü bu kavramı tamamen terk etmektedir.”<sup>55</sup> 1960’lı yıllarda kamu diplomasisi kavramının oluşturulması ile propaganda kavramını bir yana atma imkânı doğmuş, “iyi” bir ideolojinin yayılmasına hizmet eden bilgilendirme ve kültürel tanıtma faaliyetleri tepki uyandırmayacak bir isme ve tanıma kavuşmuştur.<sup>56</sup> Bu yüzden kamu diplomasisi terimi, G. R. Berridge ile Alan James’in *A Dictionary of Diplomacy*’sinde “Yirminci yüzyılın son dönemlerine ait diplomatlar tarafından kullanılan propaganda anlamdaki terim” olarak ifade edilmektedir.<sup>57</sup> Yine, sert kamu diplomasisi faaliyetlerinin beyaz, gri ve kara olmak üzere propagandanın bütün türlerini kapsadığı da ileri sürülmektedir.<sup>58</sup>

Kamu diplomasisi ile propagandanın son tahlilde pek çok aynı hedefe sahip bulduklarına dikkat çeken Pigman’è göre, bu ortak amaçların en önemlisini, kamusal tutumları etkileme veya insanların görüşlerini belirleme isteği oluşturmaktadır. Ona göre, diplomasi alanında uzmanlaşmış bilim adamları propaganda kavramını normatif açıdan sınırlandırmış ve böylece kamu diplomasisi uygulamaları için kullanılmasının önüne geçmiş bulunmaktadır. Yine Pigman’a göre, propaganda kelimesinin her ne kadar olumsuz çağrışımları mevcut olsa da, belirli özel şartlar altında kimi özgül amaçlar için onun kullanılması yararlı olabilir. Çağdaş kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkililiğini analiz eder ve ölçerken, etkili kamu diplomasisi kampanyaları ile propaganda faaliyetleri arasında ayırım yapmak için kullanılabilir güvenilir bir ölçüt bulunmadığına dikkat çeken Pigman, düzenli olarak aldatıcı ve yanıltıcı kamu diplomasisi faaliyeti yürüttükleri ülke içi ve dışındaki halk kitleleri tarafından fark edilen hükümetlerin, sürdürdükleri çabaları propaganda olarak ister adlandırsınlar isterlerse adlandırmassınlar, bir süre sonra güvenilir hale gelmelerinin kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır.<sup>59</sup> Bu nedenle, şu sıralarda son derece gözde bir kavram olan kamu diplomasisinin, gelecekte propaganda gibi gözden düşmüş ve itibarsızlaşmış bir kelime haline gelmesi şaşırtıcı olmayacaktır.

Günümüzde bile birçokları, kamu diplomasisini, propagandanın daha gözcü ve hoş giden bir isimlendirmeye örtülmüş biçimi olarak nitelendirmektedir.<sup>60</sup> Bir

Sozialwissenschaften, 2008, s. 36.

54 Guoxin Xing, “Peaceful Rise: China’s Public Diplomacy and International Image Cultivation”, *New Dimensions of Chinese Foreign Policy* içinde (133-147), ed. Sujian Guo ve Shiping Hua, Lanham-Maryland: Lexington Books, 2009, s. 141.

55 Waller, s. 331.

56 Temel, s. 27.

57 A.g.e., s. 30.

58 Potter, s. 51.

59 Geoffrey Allen Pigman, *Contemporary Diplomacy*, Cambridge: Polity Press, 2010, s. 123.

60 Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: PublicAffairs, 2004, s. 107; Carnes

başka deyişle, kamu diplomasisi, birçokları tarafından hâlâ, geleneksel manipülatif propaganda çabalarını tamamlamaya yönelik ince ve kibar, fakat önemsiz bir faaliyet olarak görülmektedir.<sup>61</sup> Buna bağlı olarak, kamu diplomasisi teriminin sıkça propaganda için bir örtmece ibaret olduğu değerlendirilmiştir.<sup>62</sup> Konuya bu şekilde yaklaşanlar, kamu diplomasisi ile propaganda arasında yapılan ayrımın anlambilimsel bir oyundan ibaret olduğunu ileri sürmektedirler.<sup>63</sup> Justin Hart'a göre, kamu diplomasisi özü itibariyle enformasyon politikası anlamına gelmektedir ve enformasyon da uluslararası ilişkiler bağlamında propaganda için kullanılan bir örtmece ibarettir.<sup>64</sup> Birçok ülkede toplumun eğitimli üyeleri ve uzmanlar, değişmez biçimde, kamu diplomasisini, propaganda faaliyetlerinin kamufle edilmesi için kullanılan bir etiket olarak görmektedirler.<sup>65</sup> Kimi yazarlar da, propagandanın, ulus markalaması ile birlikte kamu diplomasisinin şemsiyesi altında yer alan faaliyet biçimleri olduğunu dile getirmektedirler.<sup>66</sup> Aynı minval üzere kamu diplomasisi kavramının propaganda için bir örtmece olduğunu savunan Mark Blitz, onun aynı zamanda, ilk siyaset düşünürlerinin retorik olarak gördükleri şeyin bir varyasyonu olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre kamu diplomasisi, kendisi kullanılmadığı takdirde propaganda teriminin devreye konulmasının gerekeceği saygın bir tabir olarak icat edilmiştir ve esas itibariyle kamu bilgilendirmesini ya da kamusal iletişimi ifade etmek için kullanılmaktadır. Öyle ki, enformasyon kelimesinin kökenindeki anlamı ve bazı propaganda tanımlarını dikkate aldığımızda, kamu diplomasisinin de tıpkı bu faaliyetler gibi, gerçeği söyleme ya da açığa çıkarma yoluyla kamuoyunu aktif bir biçimde şekillendirme amacı güttüğünü fark ederiz.<sup>67</sup>

Benzer şekilde, kamu diplomasisini geniş anlamda kullanan yaklaşımların, onu açıkça, yabancı kamuları stratejik konularda ikna etmeye yönelik propaganda olarak nitelendirilebilecek bir çaba olarak tanımladıkları gözlemlenmektedir. Bu, yadsınmaz bir gerçekliktir, nitekim bazı ABD resmî belgelerinde Amerikan kamu diplomasisinin, yabancı kamuların önemli üyelerini “etkileme” çabası olarak ifade edilmiş

---

Lord, “What ‘Strategic’ Public Diplomacy Is”, *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare* içinde (43-60), ed. J. Michael Waller, Washington DC: The Institute of World Politics Press, 2009, s. 48; Joseph S. Nye, *The Future of Power*, New York: PublicAffairs, 2011, s. 104; Joseph N. Nye, Jr., “Hard, Soft, and Smart Power”, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* içinde (559-574), ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine ve Ramesh Thakur, Oxford: Oxford University of Press, 2013, s. 570.

61 Philip Seib, *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*, New York: Palgrave Macmillan, 2012, s. 8.

62 Mark Leonard, Andrew Small ve Martin Rose, *British Public Diplomacy in the ‘Age of Schisms’*, London: The Foreign Policy Centre, 2005, s. 6

63 Mohan J. Dutta-Bergman, “U.S. Public Diplomacy in the Middle East: A Critical Cultural Approach”, *Journal of Communication Inquiry*, 30/2 (2006), s. 118.

64 Justin Hart, *Empire of Ideas: The Origins of Public Diplomacy and the Transformation of U. S. Policy*, Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 37.

65 Naren Chitty, “Public Diplomacy: Courting Publics for Short-Term Advantage or Partnering Publics for Lasting Peace and Sustainable Prosperity?”, *Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy* içinde (251-269), ed. Ali Fisher ve Scott Lucas, Leiden: Martinus Nijhoff Publishers, 2011, s. 251.

66 R.S. Zaharna, “Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks”, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (86-100), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009, s. 89.

67 Mark Blitz, “Public Diplomacy, Propaganda and Rhetoric”, *The Public Diplomacy Reader* içinde (334-335), ed. J. Michael Waller, Washington DC: The Institute of World of Politics Press, 2007, s. 334.

bulunduğu görülmektedir.<sup>68</sup> Baruch Hazan'ın vurguladığı gibi, kamu diplomasisi kelimesini örtücü (*euphemistic*) şekilde kullanan ülkelerden biri ABD'dir. Sovyetler Birliği'nin komünist değerlere dayalı kültürel ve ideolojik faaliyetlerinin propagan- da adı altında kötülenerek alçaltılmasının, Amerikan propagandasının kamu diplo- masisi kimliği altında gizlenmesine neden olduğunu belirten Hazan'a göre, Sovyet propagandası ile Amerikan kamu diplomasisi aşağı yukarı aynı yapı ve işleyişe sa- hipti.<sup>69</sup> Bu kavram oluşuncaya dek komünist bloğun yaptıkları ile özdeşleştirilmiş olan propaganda kelimesinin kullanımından kaçınılarak, aslen propaganda olarak sınıflandırılabilir tüm bilgilendirme ve kültürel propaganda faaliyetleri diplomasi kavramının saygınlık şemsiyesi altına alınmıştır.<sup>70</sup> İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'nin ülke dışındaki imajını biçimlendirmek için yürüttüğü propaganda ve kül- türel diplomasi faaliyetleri, kamu diplomasisi olarak bilinir hale gelmiştir.<sup>71</sup> Bu süreç- te ABD'nin ilgili kurumları, eski propaganda sanatına kamu diplomasisi adı altında yeni boyutlar eklemiş bulunmaktadır.<sup>72</sup>

Kamu diplomasisi denilince ilk akla gelenin propaganda olması doğaldır, çünkü devlet aygıtları tarafından belirlenip ve uygulanmaktadır; özü itibariyle kamu dip- lomasisi, propaganda gibi resmî, planlı ve maksatludur.<sup>73</sup> Ashvin Gonesh ile Jan Mel- lissen'in belirttiği gibi, tüm bu çabaların ülkelerin ulusal çıkarlarına hizmet etmeyi amaçladığı ve hükümetlerin görüşlerine daha çok destek sağlayarak uluslararası are- nada etkilerini arttırmaya yönelik olduğunu unutmamak gerekmektedir.<sup>74</sup> Bu, kamu diplomasisi ile propaganda arasında amaç bakımından kayda değer bir fark bulun- maması anlamına gelmektedir. Benzer şekilde Eytan Gilboa, eski ya da geleneksel kamu diplomasisini tasvir ederken, mesajların *propaganda* niteliğini taşıdıklarını ve belirli bir ulusun üstünlüğünü göstermeye yönelik olarak düzenlenmiş olduklarını dile getirmektedir.<sup>75</sup> Bu yüzden, kültürel diplomasi, *kamu diplomasisi*, kültürel de- ğiş-tokuş ve *propaganda* terimleri kafa karıştıran ve tartışmalı terimler niteliği taşı- makta ve birbirleri yerine kullanılabilirlerdir.<sup>76</sup> Kamu diplomasisinin, en azından ideal anlamda, iki-yönlü iletişim olması itibariyle tek-yönlü bir iletişim modeli olan propagandadan belirli ölçüde farklılık gösterdiği söylenebilse bile, ikincisi ilkinin kökenini ve başlangıç noktasını oluşturmaktadır<sup>77</sup> ve kimi zaman kamu diplomasisi, propaganda kampanyaları için bir örtmece işlevi görmektedir.<sup>78</sup>

68 Craig Hayden, "Applied Public Diplomacy: A Marketing Communications Exchange Program in Saudi Arabia", *American Behavioral Scientist*, 53/4 (2009), s. 536.

69 Temel, s. 26-27.

70 Lord, s. 47.

71 Hart, s. 17.

72 Wilson P. Dizard Jr., *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*, Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers, 2004, s. xiv.

73 Purtaş, s. 4.

74 Yağmurlu, s. 18.

75 Kathy R. Fitzpatrick, *U.S. Public Diplomacy in a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality*, Los Angeles: Figueroa, Press, 2011, s. 10.

76 Gienow-Hecht ve Donfried, s. 13.

77 Nicholas J. Cull, "Roof for a House: How U.S. Propaganda Evolved into Public Diplomacy", *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (131-146), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 140.

78 A.g.e., s. 141.

Öte yandan, herhangi bir ülke tarafından yürütülen kimi kültürel diplomasi faaliyetlerinin başka ülkelerce gri propaganda projesi olarak nitelendirilmesi sıkça rastlanan bir durumdur.<sup>79</sup> O nedenle, kamu diplomasisinin meşruiyeti ve kabul edilebilirliği konusunda yeterli düzeyde bir belirginlik ve uzlaşma henüz oluşmuş değildir. Bir ülkenin kamu diplomasisi olarak gördüğü ve yürüttüğü faaliyetler, bir başka ülke tarafından propaganda ve hatta yıkıcı faaliyet olarak nitelendirilebilmektedir.<sup>80</sup> Örnek olarak, Çin'e, kamu diplomasisi ve propaganda faaliyetlerini anlayış ve uygulama olarak birbirinden açık bir biçimde ayırmadığı suçlaması yöneltilmekte,<sup>81</sup> şayet uluslararası halkla ilişkilerde etkili olmak istiyorsa, propaganda ile modern kamu diplomasisi arasında ayırım yapmayı başarması gerektiği öne sürülmektedir.<sup>82</sup> Kamu diplomasisinin propagandadan ulus inşasına ve kültürel programlara kadar uzanan geniş bir yelpazeyi ilgilendiren bir kavram haline gelmesini, R.S. Zaharna, iki ayrı iletişim yaklaşımına dayanıyor olmasına bağlamaktadır. Birinci yaklaşım iletişimi sıkça ikna ve kontrol amacı taşıyan doğrusal bir bilgi aktarım süreci olarak görme eğilimi taşıırken, diğer yaklaşım iletişimi, ilişki kurmayı ve uyum sağlamayı temin eden sosyal bir süreç olarak anlamaktadır.<sup>83</sup> Ancak, Jacquie L'Etang gibi isimlerin, kültürel iletişim uygulamaları ve etkinliklerinin de pek çok durumda propaganda mahiyeti taşıdığı yönünde eleştiriler getirdikleri görülmektedir.<sup>84</sup> Her halükârda propaganda, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi arasında açık bir ayırım yapılması hususunda belirgin bir boşluğun mevcut bulunduğu gözlemlenmektedir.<sup>85</sup>

Kamu diplomasisinin propaganda boyutunu büyük ölçüde algı yönetiminin (*perception management*) oluşturduğu görülmektedir. Bu çerçevede, ABD yönetiminin algı yönetimi için dört araç kullandığı belirtilmektedir: Kamu diplomasisi, halkla ilişkiler, uluslararası yayıncılık ve psikolojik operasyonlar.<sup>86</sup> Ayrıca, algı yönetiminin, kamu diplomasisi, ülke markalaması ve kültürel diplomasi ile birlikte, bir bütün halinde, uluslararası halkla ilişkiler alanının inceleme konularını oluşturduğu bilinmektedir.<sup>87</sup> Algı yönetimi faaliyetinin hareket noktasını, algıları belirlemenin gerçeklikten daha önemli olduğu, mesajların doğruları yansıtmasının gerekli olmadığı ve temsillerin gerçekliklerin yerini almasının esas hedef olduğu düşüncesi oluşturmak-

79 A.g.e., s. 136.

80 Ian Hall, "The Transformation of Diplomacy: Mysteries, Insurgencies and Public Relations", *International Affairs*, 86/1 (2010), s. 7.

81 Gary D. Rawnsley, "Thought-Work' and Propaganda: Chinese Public Diplomacy and Public Relations after Tiananmen Square", *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (147-160), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 148; Tanina Zappone, "China's Public Diplomacy: Between Old Propaganda and Civil Participation", *Perspectives on East Asia* içinde (117-145), ed. Ikuko Sagiyama ve Valentina Pedone, Firenze: Firenze University Press, 2014, s. 123.

82 Xing, s. 134, 141.

83 Zaharna, "Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks", s. 86.

84 Yağmurlu, s. 18.

85 Rawnsley, s. 152.

86 Frank L. Jones, "Information: The Psychological Instrument", *U.S. Army War College Guide to National Security Policy and Strategy* içinde (211-219), ed. J. Boone Bartholomees, Jr., Carlisle, PA: United States Army War College Strategic Studies Institute, 2004, s. 213.

87 György Szondi, "Central and Eastern European Public Diplomacy", *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (292-313), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009, s. 311.

tadır.<sup>88</sup> 2001 yılından sonra 11 Eylül saldırılarının etkisiyle oluşan atmosferde, iletişim stratejisinin belirlenmesi çabaları çerçevesinde, reklam sektöründe kullanılan bir terim olan “algı yönetimi” kavramı, iletişim faaliyetlerinin senkronizasyonu anlamında kullanılmaya başlanmıştır.<sup>89</sup> Modern algı yönetimi; doğruların yansıtılması, güvenlik operasyonları, örtme ve aldatmaca ile psikolojik operasyon bileşenlerinden oluşmaktadır. Ayrıca, kamu diplomasisi ile kültürel diplomasi, algı yönetiminin vasıtaları haline gelebilmektedir. Aynı zamanda, algı yönetiminin karanlık yüzünde kara, gri ve beyaz propaganda yer almaktadır.<sup>90</sup> Retorik hakikatin ötesine geçtiğinde, kamu diplomasisi gerçekte propagandaya dönüşmektedir.<sup>91</sup> Öte yandan, yakın dönemde uluslararası alanda yaşanan gelişmelere bakıldığında, kamu diplomasisinin propaganda ile özdeş hale getirildiğini ve özellikle Irak’a ilişkin ABD politikasının son dönemde oluşturduğu kamu diplomasisi faaliyetlerinin propagandadan farklılaştığı söylenebilir. ABD’nin gerçekleştirdiği “Irak’a Özgürlük Operasyonu”nda, algı yönetimi bağlamında kamu diplomasisinin, yürütülen politikanın, amaçların ve eylemlerin içeriği ve haklılığı konusunda dış dünyayı ikna etmek için bilinçli olarak kullanıldığı bilinmektedir.<sup>92</sup>

### **Neden propaganda yerine kamu diplomasisi?**

Propaganda kavramının zaman içinde neredeyse bütünüyle itibarsızlaştığını ve olumsuz çağrışımlarla yüklü hale geldiğini gösteren çarpıcı ifadelerden biri, George Orwell’in “Propagandanın hepsi yalandır, hatta doğruları söylediği zaman bile” şeklindeki sözüdür.<sup>93</sup> Propagandanın giderek yalan, hilekârlık, manipülasyon ve hatta beyin yıkama faaliyetleriyle özdeş hale gelmesi<sup>94</sup> yüzünden kamu diplomasisi terimini onun yerine ikame edenlerin, bu tercihlerini rasyonalize etmek, makul ve haklı göstermek için, ikisi arasında farklılık bulunduğunu göstermeleri de gerekiyordu.

Ancak bunun, uygulama düzeyinde ciddi bir farklılaşma olarak değerlendirilmesi, temelsiz bir yaklaşım olmaktan öteye gitmez. Devletlerin propaganda kelimesini kullanmayı terk etmelerinin, propaganda kavramının tanımı içine giren faaliyetleri de terk etmeleri anlamına gelmeyeceği açıktır. Eskiden propaganda olarak adlandırılan etkinliklerin bu defa kamu diplomasisi kavramı altında yürürlüğe konulmakta olduğunu düşünmek için yeterince neden vardır.<sup>95</sup> Yirminci Yüzyıl’ın politikacıları, kamu diplomasisi kavramını kullanmakla, olumsuz çağrışımları yüzünden hoş gitmeyen bir tabir haline gelmiş bulunan propagandadan kurtulmuş oluyorlardı.<sup>96</sup> Özellikle ABD’nin, İkinci Dünya Savaşı sonrasında propaganda ile kamu diplomasisi

88 A.g.e., s. 308.

89 Temel, s. 82.

90 Mark Balnaves, Stephanie Hemelryk Donald ve Brian Shoosmith, *Media Theories and Approaches: A Global Perspective*, New York: Palgrave Macmillan, 2009, s. 128.

91 Potter, s. 61.

92 Temel, s. 84.

93 Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, “Introduction: Thirteen Propositions about Propaganda”, *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (1-16), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 5.

94 Ingrid d’Hooghe, *China’s Public Diplomacy*, Leiden: Koninklijke Brill NV, 2014, s. 27.

95 Cull, s. 132.

96 Larry Winter Roeder, *Diplomacy, Funding and Animal Welfare*, Berlin: Springer-Verlag, 2011, s. 53.

adı altında yürütülen faaliyetler arasında bir ayırım yapmaya özen gösterdiği ve bu iki kavram arasında farklılık bulunduğu düşüncesini yerleştirmeye çalıştığı bilinmektedir. Buna bağlı olarak ABD'nin, muhalifleri ile kendisinin benzer nitelikteki faaliyetleri arasında ayırım yapma imkânı doğmuş oluyordu; ABD'nin yürüttüğü çalışmalar kamu diplomasisi demektir, Sovyetler Birliği gibi ülkelerin sergiledikleri çabalar ise propagandaydı.<sup>97</sup> Amerikan kurumları kamu diplomasisi kavramını propagandaya tercih etmektedirler, çünkü Amerikan halkının kendi hükümetlerinin psikolojik savaş yürüttüğünü ve olumsuz manipülasyon çabaları içine girdiklerini düşünmesini istememektedir.<sup>98</sup>

Peter van Ham'ın belirttiği gibi, kamu diplomasisinin, “yabancı bir hükümete, onun vatandaşlarını etkilemek suretiyle tesir etme” amaçlı enformasyon, eğitim ve kültür etkinliklerinden oluştuğu yönünde genel bir uzlaşmanın ortaya çıkmış bulunduğu söylenebilir. Kamu diplomasisi aynı zamanda, bir ülkenin dış politikasının, yabancı milletler ve halklar için “faydalı” nitelikte olduğunu açıklama amacını da taşır.<sup>99</sup> Bu nokta, propaganda yerine kamu diplomasisi kavramının kullanılmaya başlanmış olmasının temel nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak, aynı faaliyetleri kamu diplomasisi etiketi altında yürüten ülkelerin, propaganda kavramının olumsuz çağrışımlarını geride bırakmak için, kamu diplomasisi terimini bu çağrışımlardan uzak bir şekilde tanımladıkları görülmektedir. Herşeye rağmen, kamu diplomasisinin kimi tanımları, doğrudan propagandayı akla getirmektedir. Örnek olarak, Gyorgy Szondi, kamu diplomasisini “yurt dışındaki hedef kitlenin ‘duygu ve düşüncelerinde değişim yaratmak için yapılan kamusal iletişimdir” şeklinde tanımlamıştır. “Bu çabalar ağırlıklı olarak tek yönlü iletişim çalışmalarını içerir ve propagandaya benzer bir nitelik taşımaktadır.”<sup>100</sup>

Benzer şekilde, geleneksel kamu diplomasisinin devletlerin küresel kamuyla konuşmasıyla ilgili olduğunu vurgulayan Nancy Snow, “ulusal hedefler ile dış politikaya destek sağlanması için” yabancı kamuların bilgilendirilmesi, etki altına alınması ve irtibatlı duruma getirilmesine yönelik faaliyetleri içerdiğini belirtmektedir.<sup>101</sup> Böylesi bir tanımın, propaganda olarak adlandırılabilir faaliyetleri de kapsamakta olduğu açıktır. Öte yandan, Nicholas J. Cull'ın, “Kamu diplomasisi ahlâka aykırı bir niyetle kullanılırsa propaganda halini alır” şeklindeki tespiti, ikisi arasındaki farkı sadece “niyet”e indirgemekte, kullandıkları araçlar, yöntemler ve teknikler itibarıyla aynı şey olduklarını ortaya koymaktadır.<sup>102</sup>

97 Robert S. Fortner, *Public Diplomacy and International Politics*, Westport, CT: Praeger Publishers, 1994, s. 29.

98 Nancy Snow, *Propaganda, Inc.: Selling America's Culture to the World*, 3. ed., New York: Seven Stories Press, 2010, s. 78.

99 Peter van Ham, “Power, Public Diplomacy, and the Pax Americana”, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* içinde (47-66), ed. Jan Melissen, New York: Palgrave MacMillan, 2005, s. 57.

100 Yağmurlu, s. 14.

101 Viorel Mihăilă, “Strategic Communication: Winning and Reassuring Domestic Minds including Minorities”, *Homeland Security Organization in Defence Against Terrorism* içinde (151-166), ed. J.P.I.A.G. Charvat, Amsterdam: IOS Press, 2012, s. 156.

102 Temel, s. 35.

Bütün bunlara bağlı olarak, kamu diplomasisi ile kabaca propaganda olarak adlandırılan faaliyetlerin birbirine karıştırılmaması gerektiği, propaganda türü etkinliklerin kısmen kamu diplomasisi kapsamında icra edilmekle birlikte, kullanılan teknikler ve nitelik bakımından ortaya çıkan farklılıkların kamu diplomasisinin konumunu değişik bir düzleme taşıdığı öne sürülmektedir. Bununla birlikte, meselenin açıklandığı kadar basit olmadığı savunulmakta, kamu diplomasisi kavramını eleştirenler tarafından, “bilginin ne zaman çarpıtılıp istismar edildiği veya hangi bilgilerin saklanıp hangilerinin olduğundan önemli gibi takdim olunduğu” gibi hususların da etik kuralları açısından sorgulanması gerektiği dile getirilmektedir. Aynı şekilde, ulus-devletin çıkarlarını kamu diplomasisi adı altında koruma çabalarının devletler hukukunu da ilgilendirdiği, bu kavrama bağlı olarak bazı meşruiyet sorunlarıyla karşılaşılmasının kaçınılmaz olduğu belirtilmektedir.<sup>103</sup>

Buna karşılık, kamu diplomasisinin propaganda ile ilişkisinin bulunmadığını savunanlar, bazı kişi ya da grupların, yetersiz bilgiye ve temellere dayanmasına rağmen, diğer insanları kendi inandıklarına ya da inandırmak istediklerine inandırmaya yönelik sistematik bir faaliyeti durumundaki propaganda ile kamu diplomasisi arasında farklılık bulunduğunu ileri sürmektedirler. Onlara göre, kamu diplomasisi, insanlarda çoğu zaman çok parlak izlenimler yaratan, sıklıkla duygu yüklü, kısmen ya da tamamen doğru olabilen, kafa karıştırıcı ya da yanlış bilgiler aktaran ve inanışlar oluşturmayı hedefleyen propaganda faaliyetlerinden, anlatmak kadar dinleyip anlamaya da önem veren çift yönlü bir faaliyet olması ve sağlam ve doğru bilgiye ve bilgi aktarımını aşan yapılandırılmış süreçlere dayanması gibi özellikleri nedeniyle ayrılır.<sup>104</sup> Robin Brown’a göre, kamu diplomasisi faaliyetleri, propaganda ve enformasyon operasyonları gibi tekniklerden farklı olarak, ulaşılmak istenen kamuların ya da toplumların savundukları ideolojilerin ve değerlerin itibarsızlaştırılmaya çalışılması yerine, bu faaliyeti yürüten ülkenin çıkarlarını geliştirmek için, onun olumlu bir imajını üretmeye odaklanır.<sup>105</sup>

Kamu diplomasisi ile propaganda arasındaki farklılığın altını çizmeye çalışanların genelde iki nokta üzerinde durdukları görülmektedir. Birinci olarak, kamu diplomasinin tek yönlü bilgi akışı olan ve fikir alışverişi ile tartışmayı dışlayan propagandanın aksine, yabancı izleyicileri de angaje eden iki taraflı bir iletişim stratejisine dayandığı ileri sürülmektedir.<sup>106</sup> Buna göre, kamu diplomasisi, bir mesajı doğru ya da yanlış olmasına bakılmaksızın iletme suretiyle karşı tarafı ikna etmek ve inandırmak amacıyla yönelik propaganda faaliyetlerinden, iki yönlü olması, doğru bilgilerin aktarılmasına çalışılması, anlatmak kadar anlamayı ve iletişim kurmayı hedeflemesi gibi özellikleriyle ayrılır.<sup>107</sup> Ancak, yeni kamu diplomasisi anlayışını gündeme getirenler, geleneksel kamu diplomasisinin ya propaganda gibi tek yönlü bilgi aktarıcı

103 A.g.e., s. 13.

104 Doğan, s. 14.

105 Robin Brown, “Spinning the War: Political Communications, Information Operations and Public Diplomacy in the War on Terrorism”, *War and the Media* içinde (87-100), ed. Daya Kishan Thussu ve Des Freedman, London: SAGE Publications, 2003, s. 91.

106 d’Hooghe, s. 27.

107 Doğan, s. 30.



bir nitelik taşımakta olduğunu ya da iki yönlü fakat asimetrik bir mahiyet taşıdığını, tarafların iletişime eşit konumda ve şartlarda giremediklerini savunmaktadırlar.<sup>108</sup> Kamu diplomasisi ile propaganda arasındaki farklılığı göstermeye çalışanların dikkat çektiği ikinci nokta, verilen bilgilerin doğruluğunun ve kaynağın kimliğinin propagandada önem taşımamasına karşılık, kamu diplomasisinde doğruluğun ön koşul kabul edilmesi ve bilginin kaynağının belli olmasıdır. Ancak bu, kamu diplomasisi ile propaganda arasındaki kesin bir farklılaşmaya değil, sadece, kimi kamu diplomasisi faaliyetlerinin beyaz propaganda olarak nitelendirilmesine imkân verebilir. Bundan dolayı birçok yazar kamu diplomasisini “beyaz propaganda” kapsamında değerlendirilmektedir.<sup>109</sup> Bazı yazarlar ise kamu diplomasisi için dürüst propaganda (*truthful propaganda*) tabirini kullanmaktadırlar.<sup>110</sup>

## Sonuç

Kamu diplomasisinin propagandadan farklı olduğu iddiasının eleştiriye konu olmasının, yeni kamu diplomasisi kavramının ya da anlayışının ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir. Bu, bir yandan kamu diplomasisi kavramının saygınlığını koruma amacı taşıırken, diğer yandan ‘geleneksel’ kamu diplomasisinin olumsuz özellikler içerdiğini itiraf etmek anlamına gelmektedir. Herşeyden önce, geleneksel kamu diplomasisinin tek taraflı ve tek yönlü bilgi akışına dayalı bir etkinlik olduğu kabul edilmekte ve bu yönüyle onun teknik açıdan propaganda faaliyetlerinden farksız bir görünüme büründüğü kabul edilmektedir. Kamu diplomasisi ile propaganda arasındaki bir başka ortak noktayı, günümüzde ikisinin de algı yönetimi kavramı çerçevesinde ele alınıyor olmaları oluşturmaktadır.

Öte yandan, kamu diplomasisinin teriminin yaygın biçimde benimsenen tanımlarının doğrudan propaganda olarak yorumlanması mümkün olduğu gibi, bazı tanımları da, propagandayı da içerecek şekilde geniş bir kapsam taşımaktadır. Ayrıca, kamu diplomasisi ile propaganda arasında, “devlet çıkarı” lehine yabancı halk kitlelerini ikna etmeye yönelik olmaları bakımından kesin bir amaç birliğinin bulunduğu, yöntemleri, teknikleri ve kullandıkları araçlar itibarıyla da açık bir benzerlik olduğu görülmektedir. Öyle ki, kamu diplomasisinin, ideal bir biçimde ve dar anlamda tanımlandığında bile, en azından “beyaz propaganda” ya da “dürüst (*truthful*) propaganda” olarak adlandırılan propaganda türü olarak değerlendirilebilecek bir nitelik taşıdığı anlaşılmaktadır. Bu yüzden birçok yazar, kamu diplomasisi kavramının gerçekte propaganda faaliyetleri için bir “örtmece” ya da propaganda etkinliğini kamufle etmek için kullanılan daha gözcü ve hoşgiden bir etiket olduğunu savunmaktadırlar.

Böylece zaman içinde olumsuz bir anlam kazanmış ve gözden düşmüş olan propaganda kavramı ile ifade edilmek istenmeyen birtakım faaliyetler, başına kamu kelimesi eklenerek diplomasi teriminin saygınlık şemsiyesi altına alınmaktadır. Kavra-

108 Nancy Snow, “Terrorism, Public Relations, and Propaganda”, *Media, Terrorism, and Theory: A Reader* içinde (145-160), ed. Anandam P. Kavoori ve Todd Fraley, Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers, 2006, s. 155.

109 Jan Melissen, “Public Diplomacy”, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* içinde (436-452), ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine ve Ramesh Thakur, Oxford: Oxford University of Press, 2013, s. 439.

110 Philip Michael Pantana, Sr, *America: A Purpose-Driven Nation*, Longwood FL: Xulon Press, 2007, s. 282.

mın ABD'de ortaya çıkmasıyla birlikte daha önce propaganda olarak adlandırılan etkinliklerin birdenbire artık kamu diplomasisi olarak nitelendirilmeye başlanmış olması, söz konusu iddiayı doğrulayan empirik bir veri durumundadır. Kamu diplomasisi uygulamalarının geçmişinde propagandanın bulunduğu, bir başka deyişle propagandanın günümüz kamu diplomasisi olgusunun temelini oluşturduğu pekçok akademisyen tarafından kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak birçok yazarın kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, stratejik iletişim ve propaganda terimleri arasında pek fazla bir fark görmedikleri ve bunların birbirleri yerine kullanıldıkları gözlemlenmektedir.

Konuyla ilgili olarak önem taşıyan bir başka husus, kamu diplomasisi tanımlarının kimi zaman normatif bir nitelik taşıyor ve ideal bir çerçeve çiziyor olmasıdır. Bu noktada kamu diplomasisini olgusal gerçeklik ve empirik veriler ışığında değerlendiren araştırmacıların sözü edilen faaliyetler ile propaganda olarak nitelendirilen çabalar arasında mahiyet bakımından bir fark bulunmadığı sonucuna vardıkları anlaşılmaktadır.

### Kaynakça

- Auerbach, Jonathan ve Russ Castronovo, "Introduction: Thirteen Propositions about Propaganda", *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (1-16), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Arı, Tayyar, *Uluslararası İlişkiler*, 2. b., İstanbul: Alfa Basın Yayım Dağıtım, 1997.
- \_\_\_\_\_ *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*, 3. b., İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1999.
- Bağçe, H. Emre, "Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi", *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 28 (2003), ss. 63-79.
- Balnaves, Mark, Stephanie Hemelryk Donald ve Brian Shoemith, *Media Theories and Approaches: A Global Perspective*, New York: Palgrave Macmillan, 2009.
- Blitz, Mark, "Public Diplomacy, Propaganda and Rhetoric", *The Public Diplomacy Reader* içinde (334-335), ed. J. Michael Waller, Washington DC: The Institute of World of Politics Press, 2007.
- Brady, Anne-Marie, *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*, Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers, 2008.
- Brown, J. A. C., *Siyasal Propaganda*, çev. Yusuf Yazar, İstanbul: Ağaç Y., 1992.
- Brown, Robin, "Spinning the War: Political Communications, Information Operations and Public Diplomacy in the War on Terrorism", *War and the Media* içinde (87-100), ed. Daya Kishan Thussu ve Des Freedman, London: SAGE Publications, 2003.
- Bussemer, Thymian, *Propaganda: Konzepte und Theorien*, 2. auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

- Chitty, Naren, "Public Diplomacy: Courting Publics for Short-Term Advantage or Partnering Publics for Lasting Peace and Sustainable Prosperity?", *Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy* içinde (251-269), ed. Ali Fisher ve Scott Lucas, Leiden: Martinus Nijhoff Publishers, 2011.
- Conserva, Henry, *Propaganda: A Question and Answer Approach*, Bloomington, IN: AuthorHouse, 2009.
- Cull, Nicholas J., "Public Diplomacy", *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, ed. Nicholas John Cull, David Holbrook Culbert ve David Welch, Santa Barbara, California: ABC-CLIO, Inc., 2003.
- \_\_\_\_\_, "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase", *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (19-23), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009.
- \_\_\_\_\_, "Roof for a House: How U.S. Propaganda Evolved into Public Diplomacy", *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (131-146), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Cunningham, Stanley B., *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*, Westport, CT: Praeger Publisher, 2002.
- D'Hooghe, Ingrid, *China's Public Diplomacy*, Leiden: Koninklijke Brill NV, 2014.
- Dizard Jr., Wilson P., *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*, Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers, 2004.
- Doğan, Erhan, "Kamu Diplomasininin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtları Üzerine", *Kamu Diplomasisi* içinde (13-33), ed. Abdullah Özkan ve Tuğçe E. Öztürk, İstanbul: Tasam Y., 2012.
- Dutta-Bergman, Mohan J., "U.S. Public Diplomacy in the Middle East: A Critical Cultural Approach", *Journal of Communication Inquiry*, 30/2 (2006), ss. 102-124.
- Ellul, Jacques, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, çev. Konrad Kellen ve Jean Lerner, New York: Vintage Books, 1965.
- Fisher, Ali, "Looking at the Man in the Mirror: Understanding of Power and Influence in Public Diplomacy", *Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy* içinde (271-295), ed. Ali Fisher ve Scott Lucas, Leiden: Martinus Nijhoff Publishers, 2011.
- Fitzpatrick, Kathy R., *U.S. Public Diplomacy in a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality*, Los Angeles: Figueroa, Press, 2011.
- Fortner, Robert S., *Public Diplomacy and International Politics*, Westport, CT: Praeger Publishers, 1994.
- Gienow-Hecht, Jessica C. E., "What Are We Searching For? Culture, Diplomacy, Agents and the State", *Searching for a Cultural Diplomacy* içinde (3-12), ed. Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried, New York: Berghahn Books, 2012.
- Gienow-Hecht, Jessica C. E. ve Mark C. Donfried, "The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance, and the Promise of Civil Society", *Searching for a Cultural Diplomacy* içinde (13-30), ed. Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried, USA: Berghahn Books, 2013.

- Gregory, Bruce, "American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation", *The Hague Journal of Diplomacy*, 6 (2011), ss. 351-372.
- Jones, Frank L., "Information: The Psychological Instrument", *U.S. Army War College Guide to National Security Policy and Strategy* içinde (211-219), ed. J. Boone Bartholomees, Jr., Carlisle, PA: United States Army War College Strategic Studies Institute, 2004.
- Hall, Ian, "The Transformation of Diplomacy: Mysteries, Insurgencies and Public Relations", *International Affairs*, 86/1 (2010), ss. 1-10.
- Hart, Justin, *Empire of Ideas: The Origins of Public Diplomacy and the Transformation of U. S. Policy*, Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Hayden, Craig, "Applied Public Diplomacy: A Marketing Communications Exchange Program in Saudi Arabia", *American Behavioral Scientist*, Vol. 53, No. 4 (2009), ss. 533-548.
- Holsti, K. J., *International Politics: A Framework for Analysis*, 3. ed., Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc., 1977.
- Jowett, Garth S. ve Victoria O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, 6. ed, Los Angeles: SAGE Publications, 2015.
- Leonard, Mark, Andrew Small ve Martin Rose, *British Public Diplomacy in the 'Age of Schisms'*, London: The Foreign Policy Centre, 2005.
- Lord, Carnes, "What 'Strategic' Public Diplomacy Is", *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare* içinde (43-60), ed. J. Michael Waller, Washington DC: The Institute of World Politics Press, 2009.
- Marlin, Randal, *Propaganda and the Ethics of Persuasion*, Ontario: Broadview Press, 2003.
- Melissen, Jan, "Public Diplomacy", *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* içinde (436-452), ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine ve Ramesh Thakur, Oxford: Oxford University of Press, 2013.
- Mihăilă, Viorel, "Strategic Communication: Winning and Reassuring Domestic Minds including Minorities", *Homeland Security Organization in Defence Against Terrorism* içinde (151-166), ed. J.P.I.A.G. Charvat, Amsterdam: IOS Press, 2012.
- Nye, Joseph S., *The Future of Power*, New York: PublicAffairs, 2011.
- \_\_\_\_\_ "Hard, Soft, and Smart Power", *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* içinde (559-574), ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine ve Ramesh Thakur, Oxford: Oxford University of Press, 2013.
- \_\_\_\_\_ *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: PublicAffairs, 2004.
- O'Shaughnessy, Nicholas J., *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction*, Manchester: Manchester University Press, 2004.
- Oktay, Emel G., "NATO'nun Dönüşümü ve Kamu Diplomasisi'nin Artan Rolü", *Uluslararası İlişkiler*, 9/34 (2012), ss. 125-149.
- Palmer, Norman D. ve Howard C. Perkins, *International Relations: The World Community in Transition*, 2. ed., Boston: Houghton Mifflin Company, 1957.

- Pamment, James, *New Public Diplomacy in the 21st Century*, New York: Routledge, 2013.
- Pantana, Sr, Philip Michael, *America: A Purpose-Driven Nation*, Longwood FL: Xulon Press, 2007.
- Parmar, Irderjeet, "Responding to Anti-Americanism: The Politics of Public Diplomacy", *Anti-Americanism: In the 21st Century* içinde (239-262), ed. Brendon O'Connor ve Martin Griffiths, Oxford: Greenwood World Publishing, 2007.
- Paul, Christopher, *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates*, Santa Barbara, California: Praeger, 2011.
- \_\_\_\_\_ *Whither Strategic Communication?: A Survey of Current Proposals and Recommendations*, Santa Monica CA: RAND Corporation, 2009.
- Pigman, Geoffrey Allen, *Contemporary Diplomacy*, Cambridge: Polity Press, 2010.
- Potter, Evan H., *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power Through Public Diplomacy*, Montreal: McGill-Queen University Press, 2009.
- Purtaş, Fırat, "Türk Dış Politikasının Yükselen Değeri: Kültürel Diplomasi", *Akademik Bakış*, 7/13 (2013), ss. 1-14.
- Rawnsley, Gary D., "'Thought-Work' and Propaganda: Chinese Public Diplomacy and Public Relations after Tiananmen Square", *The Oxford Handbook of Propaganda Studies* içinde (147-160), ed. Jonathan Auerbach ve Russ Castronovo, Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Roeder, Larry Winter, *Diplomacy, Funding and Animal Welfare*, Berlin: Springer-Verlag, 2011.
- Rugh, William A., "Conclusion", *The Practice of Public Diplomacy: Confronting Challenges Abroad* içinde (243-257), ed. William A. Rugh, New York: Palgrave Macmillan, 2011.
- \_\_\_\_\_ *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics*, New York: Palgrave MacMillan, 2014.
- Rutherford, Paul, *Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods*, Toronto: University of Toronto Press, 2004.
- Sak, Elif, "Kamu Diplomasisi ve Çin", *Bariş Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 2/1 (2014), ss. 9-25.
- Scruton, Roger, *A Dictionary of Political Thought*, London: Pan Books, 1982.
- Seib, Philip, *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*, New York: Palgrave Macmillan, 2012.
- Sheehan, Michael, *The International Politics of Space*, London: Routledge, 2007.
- Snow, Nancy, *Propaganda, Inc.: Selling America's Culture to the World*, 3. ed., New York: Seven Stories Press, 2010.
- \_\_\_\_\_ "Terrorism, Public Relations, and Propaganda", *Media, Terrorism, and Theory: A Reader* içinde (145-160), ed. Anandam P. Kavoori ve Todd Fraley, Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers, 2006.

- Szondi, György, “Central and Eastern European Public Diplomacy”, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (292-313), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009.
- Tarhan, Nevzat, *Psikolojik Savaş: Gri Propaganda*, 6. b., İstanbul: Timaş Y., 2004.
- Temel, Selçuk, Amerikan Kamu Diplomasininin 11 Eylül Sonrası Yönetim Anlayışı ve Sergilenen Faaliyetler Odağında İncelenmesi: Kamu Diplomasisindeki Değişimleri Anlamak, Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- Theodorson, George A. ve Achilles G. Theodorson, *A Modern Dictionary of Sociology*, London: Barnes & Noble Books, 1979.
- Ünlü, Sezen, *Sosyal Psikoloji*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yay., 2004.
- Van Ham, Peter, “Power, Public Diplomacy, and the Pax Americana”, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* içinde (47-66), ed. Jan Melissen, New York: Palgrave MacMillan, 2005.
- Waller, J. Michael, *The Public Diplomacy Reader*, Washington DC: The Institute of World of Politics Press, 2007.
- Xing, Guoxin, “‘Peaceful Rise.’ China’s Public Diplomacy and International Image Cultivation”, *New Dimensions of Chinese Foreign Policy* içinde (133-147), ed. Sujian Guo ve Shiping Hua, Lanham-Maryland: Lexington Books, 2009.
- Yağmurlu, Aslı, “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, *İletişim Araştırmaları*, 4/1 (2007), ss. 9-38.
- Yanardağoğlu, Eylem, “Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi), 38 (2014), ss. 116-132.
- Zaharna, R.S., “Asymmetry of Cultural Styles and the Unintended Consequences of Crisis Public Diplomacy”, *Intercultural Communication and Diplomacy* içinde (133-155), ed. Hannah Slavik , Geneva: DiploFoundation, 2004.
- \_\_\_\_\_ “Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks”, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (86-100), ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 2009.
- Zappone, Tanina, “China’s Public Diplomacy: Between Old Propaganda and Civil Participation”, *Perspectives on East Asia* içinde (117-145), ed. Ikuko Sagiyama ve Valentina Pedone, Firenze: Firenze University Press, 2014.
- Zhang, Juyan ve Brecken Chinn Swartz, “Public Diplomacy to Promote Global Public Goods (GPG): Conceptual Expansion, Ethical Grounds, and Rhetoric”, *Public Relations Review*, 35 (2009) ss. 382-387.

## **The Term Public Diplomacy Employed as a Euphemism for Propaganda**

SEYFİ SAY

**Abstract:** *Similarity and continuity is observed between the widely and frequently used term “propaganda” and the more recent “public diplomacy” – the latter term having seemingly taken the place of the former in today’s world. Public diplomacy is usually defined as a government’s direct communication with the public of another country in an effort to promote its own foreign policy and cultivate the national interests of its country. As for propaganda, this is seen as a form of unilateral communication aimed towards influencing the attitudes of people. However, it is claimed by many that the term public diplomacy is employed as a euphemism for propaganda. After an inspection of the definitions made for these terms, and an analyzation of the acts explained by them, it becomes evident that this kind of evaluation does indeed have an important element of truth to it. It appears that the acts of many countries which were interpreted as propaganda in the past have carried on under the name of public diplomacy today.*

**Keywords:** *Public diplomacy, new public diplomacy, cultural diplomacy, propaganda, communication, national interests.*