



**T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**PROPAGANDANIN KAMU DİPLOMASİSİNE
DÖNÜŞÜMÜ: NAZİ ALMANYASI'NIN (1933-1945)
ve FEDERAL ALMANYA'NIN (2017-2020)
TÜRKİYE'DEKİ FAALİYETLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

MİRAY ATEŞ

İZMİR-2020

**T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI**

**PROPAGANDANIN KAMU DİPLOMASİSİNE
DÖNÜŞÜMÜ: NAZİ ALMANYASI'NIN (1933-1945)
ve FEDERAL ALMANYA'NIN (2017-2020)
TÜRKİYE'DEKİ FAALİYETLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

MİRAY ATEŞ

DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ SEÇKİN BARIŞ GÜLMEZ

İZMİR-2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum ‘‘Propagandanın Kamu Diplomasisine Dönüşümü: Nazi Almanyası’nın (1933-1945) ve Federal Almanya’nın (2017-2020) Türkiye’deki Faaliyetleri’’ adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

24/04/2020

Miray ATEŞ

 TS EN ISO 9001:2015	T.C. İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü	
	TEZ SINAVI TUTANAK FORMU	Dok. No: FR/604/21
		İlk Yayın Tar.: 03.10.2017
		Rev. No/Tar.: 00/..
		Sayfa 1 / 1

GÖNDEREN : Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Başkanlığı
GÖNDERİLEN : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalımız Yüksek Lisans Programı öğrencisi Miray ATEŞ ile ilgili Tez Sınav Tutanağı aşağıdadır.

Tarih: 5.5.2020
Sayı :

Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Başkanı

İmza



SINAV TUTANAĞI

Tez Sınav Jürimiz tarafından incelenen **“Propagandanın Kamu Diplomasisine Dönüşümü: Nazi Almanyası’nın (1933-1945) ve Federal Almanya’nın (2017-2020) Türkiye’deki Faaliyetleri”** başlıklı tezli yüksek lisans tezi ile ilgili olarak jürimiz 05.05.2020 tarihinde toplanmış ve adı geçen öğrenciyi Tez Sınavına tabi tutmuştur. Sınav sonucunda adayın tezi hakkında OYBİRLİĞİ ile aşağıdaki karar verilmiştir.


KABUL

Kabul Edilen Tezli Yüksek Lisans tezi:

- i) Bilime yenilik getirmiştir
- ii)Yeni bir bilimsel yöntem geliştirmiştir
- iii)Bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulamıştır
- iv) Uygulama yapmıştır (sadece Yüksek Lisansta geçerlidir)

RED

DÜZELTME *

Tez Sınav Jürisi	Unvanı ve Adı Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Seçkin Barış GÜLMEZ	
Üye	Doç. Dr. Makbule Didem Buhari GÜLMEZ	
Üye	Doç. Dr. Mustafa Serdar PALABIYIK	
Üye		
Üye		

Eki : Tez Değerlendirme Formu (Her bir jüri için).

* Tez sınavında düzeltme kararı verilmesi halinde jüri tarafından öngörülen düzeltmelere ilişkin bir jüri raporu eklenmelidir. Düzeltmeler için Ek süre her defasında en fazla yüksek lisans öğrencileri için 3 ay, doktora öğrencileri için 6 aydır.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

**PROPAGANDANIN KAMU DİPLOMASİSİNE DÖNÜŞÜMÜ: NAZİ
ALMANYASI'NIN (1933-1945) VE FEDERAL ALMANYA'NIN (2017-2020)
TÜRKİYE'DEKİ FAALİYETLERİ**

Miray ATEŞ

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı

Bu çalışma, kamu diplomasisi kavramının propagandadan ne derece farklı bir olgu olduğu sorusuna yanıt aramaktadır. Bu amaçla çalışma, uzun soluklu araştırma prensibini benimseyerek, Nazi Almanya'sının 1933-1945 yılları arasında Türkiye'de gerçekleştirdiği propaganda faaliyetleriyle, Federal Almanya'nın 2017-2020 yılları arasında Türkiye'de gerçekleştirdiği kamu diplomasisi etkinliklerini karşılaştırmaktadır. Bu inceleme sonucunda, propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki bağ ortaya konulacak ve günümüz kamu diplomasisi kavramının tanımı sorgulanacaktır.

Günümüzde de bazı ülkeler diğer ülkelerin faaliyetlerinde propaganda yaptıklarını iddia edip, propaganda terimini suçlayıcı bir ifade olarak kullanmakta, ancak kendi faaliyetlerini kamu diplomasisi faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Ancak çalışmada, propagandanın olumsuz bir anlam kazanmasında en büyük nedenlerden biri olarak gösterilen Nazi Almanya'sının, özellikle iletişim faaliyetleri açısından Federal Almanya'nın günümüzdeki kamu diplomasisine benzer davranışlar sergilediği savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Kamu Diplomasisi, Nazi Almanyası, Federal Almanya, Türkiye

ABSTRACT

Master Thesis

THE TRANSFORMATION OF PROPAGANDA INTO PUBLIC DIPLOMACY: NAZI GERMANY'S (1933-1945) AND FEDERAL GERMANY'S (2017-2020) ACTIVITIES IN TURKEY

Miray ATEŞ

İzmir Kâtip Çelebi University

Graduate School of Social Sciences

Department of International Relations

This study aims to answer the question of to what extent public diplomacy could be viewed as separate from propaganda. The study conducts a longitudinal research examining the propaganda activities of Nazi Germany in Turkey between 1933-1945, in comparison to Federal Germany's public diplomacy activism between 2017-2020 in Turkey in order to better understand and explain the similarities and differences between propaganda and public diplomacy. Therefore, a link between propaganda and public diplomacy will be revealed and the prevailing definition of public diplomacy will be questioned.

Today, some countries claim that other countries are making propaganda in their activities, and use the term propaganda as an accusatory statement, but they define their activities as public diplomacy activities although they conduct similar activities abroad. However, the study argues that Nazi Germany, which is shown as one of the biggest reasons for propaganda to gain a negative meaning, behaved similarly to today's Federal Germany especially in terms of communication strategies abroad.

Keywords: Propaganda, Public Diplomacy, Nazi Germany, Federal Germany, Turkey

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TEZ SINAVI TUTANAK FORMU	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLO LİSTESİ	ix
KISALTMALAR	x
ÖNSÖZ	xi
GİRİŞ	1-7

BİRİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI: PROPAGANDA VE KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMLARI

Giriş.....	8-9
1.1 Propaganda.....	9-16
1.2 Kamu Diplomasisi.....	16-20
1.2.1 Yeni Kamu Diplomasisi.....	20-23
1.2.2 Yumuşak Güç.....	23-25
1.3 Literatürde İki Kavramın Birbiriyle Olan İlişkisi.....	25-26
1.3.1 Propaganda ve Kamu Diplomasisi Kavramlarının Benzer Olduğunu İddia Eden Görüşler.....	26-30
1.3.2 Propaganda ve Kamu Diplomasisi Kavramlarının Farklı Olduğunu İddia Eden Görüşler.....	31-35
Sonuç.....	35-37

İKİNCİ BÖLÜM

NAZİ PROPAGANDASI ve ALMAN KAMU DİPLOMASİSİ LİTERATÜRÜ

Giriş	38-39
2.1 Dünya Genelinde Nazi Propagandası.....	39-43
2.2 Türkiye’de Nazi Propagandası.....	43-47
2.3 Federal Almanya Kamu Diplomasisi Literatürü	48-52
Sonuç.....	52-54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1933-1945 YILLARI ARASI TÜRKİYE’DE NAZİ PROPAGANDASI

Giriş	55
3.1 1933-1945 Yılları Arası Türk Dış Politikası: Tarafsızlık Politikasının Sebepleri.....	56-63
3.2 1933-1945 Yılları Arasında Türkiye’de Nazi Propagandası.....	63-65
3.2.1 Türk Basınında Yer Alan Nazi Propagandası Faaliyetleri.....	65-74
3.2.2 Kültürel Alanda Uygulanan Propaganda Faaliyetleri: Teutonia ve Alman Akademisi (Deutsche Akademie) Örnekleri.....	74-81
3.2.2.1 Teutonia.....	81-87
3.2.2.2 Alman Akademisi (Deutsche Akademie).....	87-91
Sonuç.....	91-97

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FEDERAL ALMANYA’NIN KAMU DİPLOMASİSİ ve TÜRKİYE’DEKİ FAALİYETLERİ

Giriş	98
4.1 Federal Almanya’nın Kamu Diplomasisi Anlayışı.....	99-107
4.2 Federal Almanya’nın Türkiye’deki Kamu Diplomasisi Faaliyetleri.....	107-111

4.2.1 Türkiye’de Goethe Enstitüsü.....	111-115
4.2.2 Alman Vakıf ve Dernekleri.....	115-121
Sonuç	121-128

BEŞİNCİ BÖLÜM

KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ

Giriş	129
5.1 İki Vakamın İki Kavram Üzerinden Analizi	129-139
5.2 Cull Modeline Göre Karşılaştırmalı Analiz	139-140
5.2.1 Dinleme Unsuru	140-143
5.2.2 Savunuculuk Unsuru	143-145
5.2.3 Kültürel Diplomasi Unsuru	145-146
5.2.4 Değişim Unsuru	146-147
5.2.5 Uluslararası Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Unsuru	147
Sonuç	147-148
SONUÇ	149-152
KAYNAKÇA	153-182

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: İki Kavramın Birbirinden Farklı Olduğunu İddia Eden Çalışmaların Argümanları.....	130
Tablo 2: İki Kavramın Birbirlerine Benzer Olduğunu İddia Eden Çalışmaların Argümanları	132
Tablo 3: Cull'ın Kamu Diplomasisi Unsurlarına Göre İki Vakanın Karşılaştırılması.....	140

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKBP	Dış kùltür ve eğitim politikası
AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
BBC	British Broadcasting Corporation (Britanya Yayın Kuruluşu)
BCA	Türkiye Başbakanlık Arşivleri
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
DAAD	Alman Akademik Değişim Hizmeti
EGM	Emniyet Genel Müdürlüğü
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TSK	Türk Silahlı Kuvvetleri
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
USIA	ABD Enformasyon Ajansı
VOA	Voice of Amerika (Amerika'nın Sesi)
YÖK	Türk Yükseköğretim Kurumu

ÖNSÖZ

Bu tez, oldukça yorucu ve yoğun geçen bir çalışma süresi sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu uzun ve zorlu yolda sabrını ve bilgisini benden esirgemeyen sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Seçkin Barış GÜLMEZ'e çok teşekkür ederim. Kendisi, öğrencileri için eşsiz bir örnek olduğu kadar akademi için de büyük bir kazançtır.

Çalışma süresi boyunca her an desteklerini hissettiğim anneme, babama, ablalarım Dilara ATEŞ KUMAŞ ve Kübra ATEŞ'e ve kardeşim İbrahim ATEŞ'e her zorlukta yanımda oldukları ve bana güvendikleri için teşekkür ederim. Büyük bir sabırla tez sürecimde yanımda olan, beni destekleyen değerli dostlarıma ve özellikle bu süreçte tezimi tekrar tekrar okuduğum ve beni her defasında sabırla dinleyen İrem TANRIÖVER, Nihat ÖZTÜRK ve ev arkadaşım Ecem YAŞA'ya da destekleyici sözleri ve her düşüğümde yanımda oldukları için ne kadar teşekkür etsem azdır. Son olarak bana bir yuva olan Katip Çelebi Üniversitesi'ne ve tüm çalışanlarına minnettarım.

Miray ATEŞ

2020, İZMİR

GİRİŞ

Bu çalışma, “propaganda ve kamu diplomasisi ne derece birbirinden farklı kavramlardır?” sorusunu yanıtlamak üzere oluşturulmuştur. Literatürde iki kavram arasındaki ayrımın net olmaması nedeniyle bu çalışma, ampirik verilere dayanarak bu kavramsal tartışmaya katkı sunmayı amaçlamaktadır. Literatürdeki bu tartışmaya katkı sunmanın yanında bir diğer amaç, kitle iletişim yöntemi olarak kamu diplomasisinin stratejik bir amaç taşıyıp taşımadığını araştırmaktır. Bu nedenle vaka olarak Nazi Almanyası’nın 1933-1945 yılları arasında Türkiye üzerindeki iletişim faaliyetleri ve Federal Almanya’nın 2017-2020 yılları arasında Türkiye’ye yönelik iletişim faaliyetlerinin karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. Çalışmada her bölüm kendi içinde ayrı bir giriş ve sonuç bölümü ile ayrı bir araştırma sorusu bulundurmaktadır ancak tezin tamamı belirtilen araştırma sorusunu yanıtlamak üzere yazılmıştır.

İki kavram arasındaki ilişkinin net bir şekilde ortaya konulması oldukça önemlidir. Literatürde kavramlar arasında yaşanan karmaşa, kavramların sınırlarının tam olarak belirlenememesine ve dolayısıyla iki kavramın kapsadığı etkinliklerin birbiriyle karıştırılmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda devletlerin faaliyetlerinde kamu diplomasisi yaptıklarını iddia ederken, benzer faaliyetler yürüten diğer devletleri zaman zaman propaganda yapmak ile suçlaması durumu sıklıkla yaşanmaktadır. Bu bağlamda, propaganda-kamu diplomasisi ayrışmasının gerçek bir olgu mu, yoksa devletlerin birbirlerine karşı kullandıkları siyasi bir taktik mi olduğu ikilemi öne çıkmaktadır.

Tezin literatüre önemli katkılarından biri de literatürde sık sık birbirleri ile karıştırılan ve aralarındaki ilişkinin çözülmeye çalışıldığı iki kavramı daha önce birlikte incelenmemiş iki ampirik vaka üzerinden inceleyip bu tartışmaya bir katkı sunmasıdır. Özellikle alandaki uzun soluklu (longitudinal) çalışma eksikliğini hesaba katarsak, Almanya gibi bir devletin birbirine tamamen zıt olduğu düşünülen iki farklı dönemdeki uygulamalarını karşılaştırmak, özellikle kamu diplomasisi literatürüne önemli bir ampirik katkı sağlayacaktır. Bunun dışında, yabancı halklar ile iletişimde yeni bir kavram olarak ortaya çıkan kamu diplomasisinin propaganda (özellikle beyaz ve sosyolojik propaganda) ile benzer ve farklı yanlarını sorgulamak, günümüz yabancı toplumları ile iletişim sürecinde devletlerin takındığı rolü göstermek açısından oldukça

önemlidir. İletişim yöntemi açısından propagandaya benzer bu tarz faaliyetler günümüzde de devam etmekte ancak farklı adlandırmalar anlam kargaşasına yol açmaktadır.

Tezde vaka olarak Nazi Almanyası ve Federal Almanya'nın seçilmesinin ilk nedeni, Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetleriyle, Federal Almanya'nın ise kamu diplomasisi faaliyetleriyle dünya siyasetinde ön plana çıkmasıdır. İkinci bir neden ise, literatürün “demokratik devletler kamu diplomasisi, otoriter devletler propaganda yapar” argümanını ve otoriter ya da demokratik tüm devletlerin yabancı halklar ile iletişim kurmaya ihtiyaç duyup duymadıklarını sorgulamaktır. Bu nedenle birbirine zıt iki yönetim olan diktatoryel Nazi Almanyası ve demokratik Federal Almanya vakaları seçilmiş ve yabancı toplumlarla iletişim faaliyetlerinin siyasi yapılara bakılmaksızın aktörleri, yöntemleri ve etkileri açısından benzerlik gösterip göstermediği araştırılmıştır.

Bu iki vakada da tezin odak noktası Türkiye'ye yönelik faaliyetlerdir. Türkiye vakasının seçilmesinin nedeni, iki dönem içinde de Türk halkına yönelik faaliyetlerin yoğunlukta olmasıdır. Nazi Almanyası'nın Türkiye üzerindeki propaganda faaliyetleri anlatılırken iktidara geldikleri yıl olan 1933 ve İkinci Dünya Savaşı'nın sona erdiği 1945 yılı tarih aralıkları olarak seçilmiştir. Çünkü Naziler iktidara geldikleri yıl olan 1933 yılından itibaren Türkiye'de propaganda faaliyetlerine başlamış ve savaşın sonlarına kadar faaliyetlerini sürdürmüştür. Federal Almanya'da ise Türkiye'den Almanya'ya işçi göçü ve Alman siyasetinde Türk göçmenlerin nüfusunun ve etkisinin artması nedeniyle Türkiye üzerindeki kamu diplomasisi faaliyetleri çok daha önce başlasa da iki kavramın karşılaştırmasının daha güncel örneklerle yapılabilmesi için yoğunlukla 2017-2020 tarih aralıkları incelenmiştir. 2017 yılı Türk-Alman ilişkilerinde, NATO ittifakı ve AB içinde artan sorunlar, tutuklanan Alman aktivist Peter Steudtner¹ konusu, Avrupa'daki Türk göçmenlerin AKP seçim kampanyalarının engellenmesine tepki göstermesi ve 15 Temmuz 2016 darbe teşebbüsünün ardından Türkiye'nin olağanüstü hal uygulamalarına karşı Batı ülkeleriyle yaşanan sıkıntılar nedeniyle gerilimin arttığı bir yıl olmuştur. Aynı zamanda 2017 yılı, Alman Dışişleri

¹ Daha fazla bilgi için, bkz: <https://www.dw.com/tr/tahliye-edilen-peter-steudtner-berlinde/a-41127710> (16.05.2020).

Bakanın Türkiye hakkında yaptığı bir açıklamada önceliklerinin Türkiye ile herhangi bir sorun yaşamaktan kaçınmak ve diyaloga yoğunlaşmak olduğunu belirttiği ve Türkiye ile politikalarına yeni bir yön vermeleri gerektiğini vurguladığı bir yıl olmuştur.² Bu açıdan 2017 yılı kriz sonrası Almanya'nın Türkiye'ye yönelik kampanyalarında bir artış beklentisi oluşturması nedeniyle özellikle seçilmiştir.

Çalışma, Nazi Almanyası ve Federal Almanya vakalarında propaganda ve kamu diplomasisi ilişkisine dair üç hipotez ortaya atmaktadır. İlk hipotez, ülkelerin yabancı halklara yönelik uyguladıkları faaliyetlerde kamu diplomasisinin propaganda ile aynı amaç, araç ve yöntemlere sahip olduğu ve iki kavramın birbirlerine benzer olduğunu. İkinci hipotez, literatürdeki görüşün aksine, otoriter devletler de dahil olmak üzere tüm devletlerin yabancı kamuoyu ile iletişime girme süreçlerine girdiğini varsayar ve bu faaliyetlerin devletlerin salt siyasi yapısına bakılarak propaganda ya da kamu diplomasisi olarak ayrıştırılamayacağını savunur. Son hipotez ise, iki kavramın, özellikle yeni kamu diplomasisi tasavvuruyla birlikte, birbirinden gözle görünür bir şekilde ayrıştığıdır. Tezin tüm bölümlerinde hipotezleri sorgulamak amacıyla, öncelikle literatürün iki kavram hakkındaki görüşlerine yer verilecektir. Daha sonra Nazi propagandası ve Alman kamu diplomasisi literatürü ve literatürün bu vakaları nasıl açıkladığı incelenecek, iki vakada gözlemlenen faaliyetler ampirik veriler üzerinden karşılaştırılıp sözü edilen hipotezlerin geçerliliği test edilecektir.

Çalışmanın metodolojisini literatür bölümünde ikincil kaynaklar oluştururken, ampirik bölümde ikincil kaynakların yanında TBMM Zabıt Cerideleri, Alman vakıflarının yıllık raporları, Federal Alman Devleti'nin Hükümet raporları gibi birincil kaynaklardan da yararlanılmıştır. Aynı zamanda 1933-1945 yılları arasında Nazi dönemi Türk Basın taraması da yapılmış ve basın taraması sonucunda tezin ağırlıklı olarak kullandığı gazete *Tan Gazetesi* olmuştur. Bu durumun en büyük sebebi, *Tan Gazetesi*'nin³ dönem içerisinde Türkiye'de gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerini konu alan birçok haber yapmasıdır. *Tan Gazetesi*'nin yanı sıra Nazi propagandası

² Açıklamaya ulaşmak için bkz: <https://tr.sputniknews.com/avrupa/201707201029362403-almanya-disisleri-turkiye-almanya-sabir/> (16.05.2020)

³ *Tan Gazetesi* 1934 yılında Ahmed Emin Yalman ve Zekeriya Sertel tarafından İş Bankası'ndan satın alınmış, ancak fikir ayrılıklarından sonra Ahmed Emin Yalman gazeteden uzaklaştırılmış ve Zekeriya Sertel başyazar olmuştur (Sertel,2019:193-195). Sol tandanslı bir gazete olan *Tan*, İkinci Dünya Savaşı boyunca müttefiklerin tarafında bir politika izlemiştir.

yapmakla suçlanan *Cumhuriyet* ve *Türkische Post* gazeteleri de karşı örnek olarak sunulmuştur.

Basın taramasında İstanbul Üniversitesi'nin "Gazeteden Tarihe Bakış"⁴ adlı projesiyle 1928-1942 yılları arasında Türkiye'de yayın yapan gazetelerin derlendiği internet sitesi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı ve *Türkische Post* için ise Berlin Şehir Kütüphanesi'nin resmi internet arşivinden⁵ yararlanılmıştır. Tüm basın taraması dijital ortamdan edinilen bilgiler ile üç ay boyunca araştırılmış ve 1933-1945 tarih aralıkları baz alınarak inceleme yapılmıştır. Tüm gazetelerden 72 adet basın verisi elde edilmiştir ve hepsi tezde yer almaktadır. *Tan* Gazetesi'nde tezde yer alanların dışında da veriler bulunmaktadır fakat tezin alt başlıklarına uymadığı için konu bütünlüğünü bozmamak amacıyla verilmemiştir. Basın taraması yoluyla edinilen verilerde, Türkiye'deki Nazi propaganda faaliyetlerinin özellikle kültürel alanda oldukça yoğun bir şekilde gerçekleştirildiği görülmektedir. Basın taramasının yanı sıra, ikincil kaynaklar da Nazi Almanyası'nın kültür kurumları aracılığıyla Türkiye içinde faaliyet göstermesi konusunda bilgi sağlamaktadırlar. Federal Almanya'nın 2017-2020 yılları arasında Türkiye'deki kamu diplomasisinin anlatıldığı bölümlerde ise veriler internet siteleri, hükümet raporları ve Alman vakıflarının yıllık raporları incelenerek verilmiştir.

Tezin akademik literatüre kavramsal, yöntemsel ve kuramsal açılardan üç katkısı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kamu diplomasisi faaliyetlerinin "beyaz propaganda" olarak nitelendirilmesine ilişkin tartışmalara doğrudan katkıda bulunmasıdır. İkinci katkısı, kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki ilişkinin uzun soluklu bir çalışmayla aynı ülkenin iki farklı döneminin karşılaştırıldığı öncü çalışmalardan olmasıdır. Üçüncü katkısı ise, sosyolojik propaganda kavramını kamu diplomasisi ile ilişkilendirmeye çalışan ilk çalışma olmasıdır. Dolayısıyla bu tez, kavramsal tartışmalara bir katkı sunduğu gibi, sosyolojik propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiye dair yeni bir tartışma oluşturmayı da amaçlamaktadır.

Tezin ilk bölümü bu amaçla literatürün bu iki kavrama nasıl baktığını açıklamaya çalışmaktadır. Öncelikle "Propaganda ve kamu diplomasisi nedir, literatür

⁴ Projeye ulaşmak için bkz: <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/index.php>, (22.04.2020)

⁵ İnternet sayfası için bkz: <http://zefys.staatsbibliothek-berlin.de/index.php?id=start> (22.04.2020)

iki kavramı nasıl görmektedir?” sorusu üzerinden ayrı iki başlık altında kavramlar hakkında çeşitli tanım ve argümanlara yer verilecektir. Literatürün iki kavramı 1960’ların ortalarından itibaren birbirinden bağımsız olarak görmeye başladığının anlatıldığı bu bölümde, kamu diplomasisi başlığı altında “yumuşak güç” ve “yeni kamu diplomasisi” yaklaşımları hakkında görüşler ve eleştiriler yer almaktadır. İzleyen alt bölümde, iki kavramın benzer olduğu teziyle farklı olduğu savları ayrı başlıklar altında ele alınacaktır. Literatürden edinilen veriler, iki kavram arasındaki ilişkinin oldukça belirsiz olduğunu belirtmenin yanı sıra, propaganda ile kamu diplomasisinin farklı olduklarını iddia eden çalışmaların daha baskın olduğunu ortaya koymaktadır. Buna rağmen literatürün, propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiyi hala sağlam argümanlarla net bir şekilde yeterince aydınlatamadığı da görülmektedir.

Tezin ikinci bölümünde ise Nazi Propagandası ve Federal Alman Kamu Diplomasisi literatürü, iki vakanın karşılaştırmalı olarak daha önce hiç incelenmemiş olması sebebiyle iki ayrı başlık altında anlatılacaktır. İlk başlık altında Nazi propagandasının öncelikle dünya genelinde izlediği propaganda stratejileri incelenecek, ikinci alt bölümde Türkiye’ye yönelik Nazi propagandası hakkında bilgi verilecektir. Bu bölümün en özgün kısmı, Türkiye’de Nazi Propagandası başlığı altında incelenen Teutonia ve Alman Akademisine ilişkin literatürün taranmasıdır. İlerleyen bölümlerde iki kavram hakkında bir karşılaştırmanın yapılabilmesi için incelenen bu iki Nazi kurumunun Türkiye’deki faaliyetlerini derinlemesine incelemiş çalışmalar bulunmamaktadır. Özellikle Alman Akademisi hakkındaki genel literatür Almanca kaynaklar üzerine yoğunlaşmıştır, İngilizce kaynaklar oldukça sınırlıdır ve Türkçe kaynak bulunamamıştır. Özellikle bu kurumun Türkiye’deki faaliyetlerine ilişkin literatür çok sınırlıdır. Detaylı Almanca ya da İngilizce kaynaklar bulunamamıştır. Türkçe olarak da kurumda çalışan bir Almanca öğretmenin Bursa’daki faaliyetlerinin anlatıldığı bir kaynak bulunmuş, ancak bu kaynak, direkt olarak Alman Akademisini konu almak yerine Almanca öğretmeni Fritz Bammes’in faaliyetlerini ana hatlarıyla anlatmasından dolayı oldukça kısır kalmıştır. Çalışmanın izleyen bölümleri (üçüncü ve dördüncü bölümler) basın taraması, arşiv incelemesi ve belge analizine dayalı orijinal ampirik verilere dayanmaktadır.

Üçüncü bölümde, Nazi propagandasının Türkiye'deki faaliyetleri ve etkileri tartışılmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle 1933-1945 yılları arasında Türk dış politikasındaki genel durum açıklanmış ve Türkiye'nin propaganda merkezi haline gelmesinin nedenlerinden biri olan tarafsızlık politikasının sebepleri anlatılmıştır. Ardından, 1933-1945 yılları arasında Türkiye'deki Nazi propagandası incelenmiş ve "Basında yer alan faaliyetler" ile "Kültürel alanda uygulanan faaliyetler" alt başlıkları altında ampirik verilere dayalı olarak analiz edilmiştir. Kültürel alanda uygulanan faaliyetler alt bölümünde ise Alman Akademisi ve Teutonia vakaları incelenmiş ve Türkiye'de gerçekleştirdikleri faaliyetler basın taraması verilerine dayanılarak açıklanmıştır. Bu bölümün sonuç kısmında, 1933-1945 yılları arasında Türkiye'de uygulanan Nazi propagandasının oldukça kapsamlı ve yoğun bir şekilde sürdürüldüğü ve özellikle kültürel alanda yoğunlaştığı vurgulanmıştır.

Tezin dördüncü bölümü "Federal Almanya'nın Türkiye'deki kamu diplomasisi faaliyetlerinin niteliğinin ne olduğu" sorusunu sormaktadır. Bu bölümde amaç Türkiye'ye yönelik uygulanan Alman kamu diplomasisi faaliyetlerini açıklamak olduğu kadar, Alman kamu diplomasisinin yapısı ve amacını incelemektir. Bu nedenle, kamu diplomasisi literatürünün de ağırlıklı olarak vurgu yaptığı dernek, vakıflar ve kültür kurumlarının faaliyetlerini daha detaylı incelemek adına, Türkiye'de faaliyet gösteren Alman vakıf ve dernekleri ile Goethe Enstitüsü iki ayrı başlık altında incelenmiştir. Bu bölümler, yıllık raporlar, internet siteleri ve ikincil kaynaklar üzerinden incelenmiştir. Bu bölümün sonuç kısmında, Federal Almanya'ya ait ara kurumların Türkiye'deki faaliyetleri propaganda literatürüne göre incelenmiş ve Nazi Almanyası propaganda kurumlarının faaliyetleri ile benzerlikleri bulunmuştur.

Tezin beşin bölümü iki vaka arasında karşılaştırmalı bir analizden oluşmaktadır. Bu bölümde iki kavramın birbirleri ile ilişkisini ortaya koymak adına literatür taraması ve ampirik veriler birarada değerlendirilerek tezin temel araştırma sorusuna bir yanıt aranmaktadır. Bu bölüm, karşılaştırmalı olarak Nazi Almanyası ve Federal Almanya'nın Türkiye üzerindeki faaliyetlerinin amaç, araç ve yöntemlerinin tartışıldığı ve seçilen hipotezlerin geçerliliğinin, Cull'ın beşlemesinden faydalanılarak test edildiği bölümdür. Sonuç olarak incelenen vaka ile, propaganda ve kamu diplomasisinin birbirlerine benzer kavramlar olduğunu savunan hipotez destek bulmuştur. Bu hipotezin yanı sıra, otoriter devletlerin de yabancı kamuoyu ile iletişime

girdiği hipotezi, Nazi Almanyası'nın yalnızca monolog değil aynı zamanda diyalog ve iş birliği gibi iletişim yöntemleriyle Türkiye ile iletişime girdiği gösterilerek destek bulmaktadır. Böylece, ampirik verilerle sunulduğu üzere, otoriter devletlerin yöntemi olarak varsayılan propaganda ile demokratik devletlerin yöntemi sayılan kamu diplomasisi ayrımı anlamsız hale gelmektedir. Son hipotez olan propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarının yeni kamu diplomasisi anlayışıyla birbirinden ayrıştığı hipotezi, Federal Alman Devleti'nin özellikle diyalog anlayışı sorgulanarak ve Nazi Almanyası'nda da diyaloga benzer faaliyetler sunularak destek bulamamıştır.

Sonuç bölümünde, devletlerin propagandanın olumsuz çağrışımlar yapması nedeniyle kamu diplomasisi terimine döndüğu ancak propaganda faaliyetlerini sürdürmeye devam ettiği savunulmaktadır. Kamu diplomasisi devletler tarafından olumlu bir eylem olarak sunulurken diğer devletler benzer faaliyetlerde bulduklarında faaliyetleri propaganda olarak adlandırılmaktadır. Örneğin, Türkiye'de çok fazla sayıda bulunan ve kamu diplomasisi yürüten Alman okullarına nazaran, Türkiye'nin Almanya'da Türk okulu açma düşüncelerine propaganda vasfı yüklenmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI: PROPAGANDA VE KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMLARI

GİRİŞ

Propaganda bir hükümetin, devletin ya da herhangi bir siyasi yapının halk ile kurduğu bilgi ve etkileme ilişkisinin belki de en eski ve en önde gelen türüdür. İknâ edici bir iletişim biçimi olan propaganda kitle iletişim teorisi araştırması ve uygulamasında oldukça köklü bir tarihe sahiptir. Tarih boyunca birçok devlet tarafından yoğun bir şekilde kullanılan kavram yaşanan dünya savaşları sırasında büyük bir popülerlik kazanmaya başlamıştır. Fakat kazandığı popülerliğe rağmen, iki büyük dünya savaşı sırasındaki uygulamalar nedeniyle genellikle yalan bilgi ile eşdeğer tutulmuş, kötü ve olumsuz bir anlama sahip olmuş ve bu durum da kavramın kullanılmasını olumsuz yönde etkilemiştir. Bu nedenle yabancı halklarla iletişimde yeni bir kavrama ihtiyaç duyulmuş ve kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmıştır. Bazı bilim insanları bu iki kavram arasında bir bağ olduğunu iddia ederken, bazıları da bu iki kavramın birbirinden tamamen farklı kavramlar olduğunu iddia etmektedirler. Literatürde iki kavram arasındaki ilişki hala devam eden tartışmalara neden olmaktadır.

Tezin bu bölümü, literatürün propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarını nasıl gördüğünü, aralarında benzerlik veya farklılık olduğunu iddia eden çalışmaların nasıl argümanlar öne sürdüğünü açıklayıp tartışacaktır. Literatürde propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarının birbirlerine benzer kavramlar olduğunu iddia eden bilim insanları, propogandanın kamu diplomasisine oranla daha kötü bir anlam çağrıştırdığını, bu yüzden kitleleri etkileme misyonunda olumsuz bir çağrışım yarattığını savunmaktadırlar. Onlara göre, bu nedenle nispeten daha olumlu bir kavram olan kamu diplomasisi kavramı ortaya atılmış ve demokratik ülkelerin bir faaliyeti

olarak sunulmuştur. İki kavramın birbirinden farklı kavramlar olduğunu iddia eden bilim insanları ise genel olarak propagandanın monolog bir iletişim şekli yürüttüğünü, ancak ortaya atılan yeni kamu diplomasisi faaliyetleri ile kamu diplomasisinin diyalog iletişim şeklini benimseyen faaliyetleri kapsadığını savunmaktadırlar. İki kavramın da genel geçer kabul edilen bir tanımı bulunmamaktadır ve bu nedenle sınırları tam olarak belli değildir. Bu belirsizlik iki kavramın zaman zaman birbirleri yerine kullanılmasına neden olmaktadır.

Bu belirsizliğin literatüre yansımaları göstermek amacıyla bu bölümde ilk olarak propaganda kavramı açıklanacak ve propaganda çalışmalarında önde gelen bilim insanlarının kavram hakkındaki görüşlerine yer verilecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise kamu diplomasisi hakkında bilgi verilecek ve yeni kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramları açıklanacaktır. Üçüncü bölümde ayrı başlıklar altında literatürde iki kavramın ilişkisi hakkında bilgi verilecek ve sonuç bölümünde ise literatürdeki bilgiler ışığında genel görüşün ne olduğu üzerine tartışılacaktır.

1.1. Propaganda

Propaganda en nötr anlamıyla, kişilere belirli fikirleri yaymak veya bu fikirlerin tanıtımını yapmak anlamına gelmektedir (Jowett ve O'Donnell,2012:2). Tarih boyunca kitleleri etkilemek amacıyla birçok devlet tarafından kullanılan bir iletişim yöntemi olan propaganda, bu ad ile ilk defa 1622 yılında resmi olarak kullanılmaya başlamıştır (Qualter,1980:255). 1622 yılında Vatikan tarafından Katolik Kilisesinin inancını barışçıl yollarla yaymak için kurulan, örgütlü ve sürekli bir kuruluş olan "Sacra Congregatio de Propaganda Fide" (İnancın Yayılması İçin Kutsal Cemaat), Roma Katolik kilisesinin resmi bir organı haline gelmiş (Qualter,1980:255) ve terimin bu erken kullanımı, faaliyetinden ziyade komitenin kendisine atıfta bulunmuştur (Martin,2002:15). İlerleyen yıllarda, propaganda dinselden-sekülere, kurumsaldan-ikna etmek için kullanılan tekniklere doğru bir evrimleşme yaşamıştır (Jowett ve O'Donnell,2012:82). Kavram her ne kadar çok eski tarihlerde görülse de geniş kapsamlı, örgütlü bir propagandanın oluşması için gerekli olan koşullar 19. yüzyıl ulus devletleriyle birlikte ortaya çıkabildiği için, esas itibarıyla çağdaş sayılabilecek bir olgudur (Qualter,1980:257).

I. Dünya Savaşı'nda devletler tarafından uygulanan propaganda faaliyetleri ulusal çerçevede olduğu kadar, uluslararası boyutları içinde de kitlelerin kontrol altına alınması için girişilmiş ilk sistemli çaba olmuştur (Qualter,1980:258). Özellikle iki büyük dünya savaşı sırasında devletler tarafından hem kendi halkını hem de yabancı halkları ve dolaylı olarak da onların hükümetlerini etkilemek amacıyla sıklıkla kullanılmıştır. Propagandanın zamanla daha fazla önem kazanmasının en önemli sebeplerinden biri, faaliyetlerin gerçekleşmesi için mevcut olan araçların çoğalması ve devletlerin bu araçlara ulaşma nedenlerinin de güçlenmiş olmasıdır (Berridge,2015:201). Demokrasinin yayılması ve halkın düşüncesinin hükümetleri etkileyebilmesi, kamuoyunun politik önemini büyük ölçüde artırmış ve devletlerin halkları etkileyerek çıkar sağlamaları için bir zemin sunmuştur.

Literatürde özellikle Ellul tarafından demokrasi ve propaganda arasında bir bağ olduğu iddia edilmektedir. Ellul'e göre, demokrasilerin gelişmesiyle kitlelerin ortaya çıkması propaganda kullanımını kışkırtmaktadır ve propaganda aslında otoriter devletlerden çok demokratik devletlerin argümanıdır (Ellul,1973:232). I. Dünya Savaşı'ndan önce yalnızca dini bir amaç taşıyan (Fellows,1959:184) kavram, özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası ve Sovyetler Birliği'nin geniş çapta uyguladığı agresif propaganda yöntemleri nedeniyle, kitlelerin zihninde yalan bilgi ile eşdeğer görülmüş ve olumsuz bir çağrışım yaratmaya başlamıştır. Ancak bu durum propagandanın devletler için olan önemini azaltmamıştır. Kazandığı popülerlik ile 1945 ve 1960 yılları arasında, propaganda ve ikna yönetimi üzerine araştırmalar kitle iletişim teorisinin temelini oluşturmuş ve iletişimin ABD'de bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır (Zaharna,2010:142).

Propaganda, yalnızca uluslararası ilişkileri değil, aynı zamanda, gazetecilik, sosyoloji, tarih ve psikoloji gibi alanları da içine alan disiplinler arası bir kavramdır. Kullanım amacına bakıldığında kontrolle ilişkilendirilen terim, propagandacı için avantajlı olacak şekilde güç dengesini değiştirmek ya da sürdürmek için kasıtlı bir girişim olarak görülmektedir (Jowett ve O'Donnell,2012:3). Jowett ve O'Donnell (2012:17) propagandayı algıları şekillendirmek, zihinleri manipüle etmek ve propagandacıların amaçlarına ulaşmak için kasıtlı ve sistematik bir girişim yönetmeleri olarak tanımlamaktadırlar. Burada asıl amaç, propagandacının hedef olarak belirlediği kitle üzerinde etkili olması ve bu etkiyi istediği doğrultuda bir

eyleme dönüştürmesidir. Bu amaç ile propagandacı, faaliyetlerinde kendi niyetinin saflığı konusunda ısrarcıdır ve aynı zamanda düşmanı kendisinin sahip olduğu niyeti ve işlemek üzere olduğu suçu işlemeye çalışmakla da suçlamaktadır (Jowett ve O'Donnell,2012:29). Aynı şekilde Martin'e (2002:15) göre de sahip olduğu olumsuz çağrışım nedeniyle propaganda devletlerin gözündeki rakiplerin bir iletişim biçimi olarak tanımlanırken, sadece kendi tarafının doğru söylediğini iddia etmek oldukça yaygın bir hale gelmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sırasında yoğun olarak uyguladığı propaganda faaliyetleri ile Hitler ve dönemin Propaganda Bakanı olan Goebbels, oldukça agresif ve tek taraflı propaganda faaliyetlerinin birçoğunda başarılı olmuş ve döneme damgalarını vurmuşlardır. Hitler'in bir propaganda malzemesi olarak kullandığı Kavgam adlı kitabında kendi propaganda yöntemlerinden biri olan ve "Büyük Yalan"⁶ olarak adlandırdığı yöntemi⁷, bugün bile bazı politikacılar seçim kampanyalarında kullanmaya devam etmektedirler (Martin,2002:80-81). Tarih boyunca devletler arasında uygulanan propaganda faaliyetleri o kadar yaygındır ki, propogandanın bile propogandasının yapıldığı görülmektedir. Örneğin Joseph Goebbels İngilizlerin, Almanya'nın bir barbar milleti, medeniyetsiz ve insanlık dışı olduğu ve dünyanın geri kalanının Almanya'yı yok etmek ve gücünü kırmak için ahlaki ve kültürel yükümlülüğü olduğu düşüncesine itiraz etmiştir (Bytwerk,1998). İngilizlerin Almanlar hakkındaki bu propogandasına itirazını kendi propoganda faaliyetine dönüştürmüştür.

Propaganda aslında basit bir konu olmaktan çok, uzun tarihi ile eski çağlardan beri tartışma yaratan karmaşık bir konudur. Bu karmaşıklığın oluşmasının en büyük nedenlerinden biri, kavramın herkes tarafından kabul edilmiş genel geçer bir tanımının bulunmamasıdır. Kavramın tanımına ilişkin bir fikir birliğinin sağlanamaması ile birlikte sahip olduğu olumsuz çağrışım tanımları farklılaştırmakta, bu durum birine göre propaganda niteliği taşıyan bir faaliyetin bir başkasına göre propaganda niteliğinde olmamasına neden olmaktadır (O'Shaughnessy,2004:3). Bu nedenle literatürde birbirinden farklı birçok tanımlama mevcuttur. Harold Lasswell

⁶ Hitlerin bu propaganda yöntemi, Birinci Dünya Savaşı'nın sorumlusu olarak Yahudileri ve Marksizmi hedef göstermekte ve Amerikalıların ve İngilizlerin savaşın bütün yükünü Almanların üzerine yıktıklarını belirtmektedir.

⁷ "always something sticks" (semper aliquid haeret)

(1927:627), propagandayı belirli sembollerin manipüle edilmesi ve bunun sonunda kitlelerin tutumlarının yönetilmesi işlemi olarak tanımlamaktadır. Lasswell'in sembol olarak bahsettiği ise, kelimeler veya resimler, anlam taşıyan vücut hareketleri gibi kelime yerine geçen şeylerdir. Propagandacının asıl amacı bu sembolleri kullanarak amacına uygun tavırları yoğunlaştırmak olduğu gibi aynı zamanda ona karşı tavırları da tersine çevirmektir (Lasswell,1927:629). Başka bir deyişle, Lasswell propagandayı zorunlu olarak yeni fikirler ortaya koyan bir faaliyet olarak değil, mevcut görüş ve önyargılar üzerinde çalışan bir etkinlik olarak düşünmüştür.

Nancy Snow (2018:1), Lasswell'e benzer şekilde neden ve duygu yüklü içeriğe sahip olan sponsorlu bir bilgi olarak tanımladığı propaganda kavramının, kitlelerin kalıplaşmış düşüncelerinin değiştirilmesi ile ilgili olmadığını savunmaktadır. Ona göre kitlelerin sahip olduğu kalıplaşmış düşüncelerin değiştirilmesi oldukça zordur, bu nedenle propagandacının daha etkili bir propaganda için asıl amacı yaydığı bilgi ile var olan fikirleri güçlendirmek ve bunları eyleme dönüştürmektir (Snow,2018:3). Lasswell'in "kim, ne dedi, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle" olarak oluşturduğu iletişim formülü propagandanın en temel formülü olarak görülmektedir (Snow,2018:1). Bu formül ile propaganda yapıcı, mesajı, mesajını iletmediği kanal, hedef aldığı kitle ve propagandanın oluşturduğu etki net bir şekilde görülebilmektedir. Lasswell'in oluşturduğu bu formülde mesajı alan hedef pasif bir konumdadır ve propagandacının hedefine uygun olarak yaydığı mesajı sorgusuz kabul eder. ⁸ Formülün temel noktası ise etkidir. Kontrol etme gücüne sahip kişi ya da kurumlar hedef kitleye yolladıkları mesajlar ile onların ne düşünecekleri ve ne söyleyecekleri üzerinde bir etki sahibi olurlar. Alıcının habere verdiği tepki iletişim sürecinin ne kadar başarılı olduğunu belirlemekte ve kaynak ne kadar inandırıcı olursa, izleyiciyi de o kadar fazla etkilemektedir.

Propaganda konusunda en kapsamlı çalışmalardan birine sahip olan Jacques Ellul (1973:62) ise propagandayı, bir aktörün başka bir aktör üzerinde fikir değişikliği yaratma ve hedef aktörü amacına uygun olarak kontrol altında tutma amaçlı bilinçli bir davranış olarak tanımlamaktadır. Ellul (1973:160) propagandayı diğer bilim

⁸ Daha fazla bilgi için bkz: Essays, UK, (November 2018), "Harold Lasswell's Narrative Model" <https://www.ukessays.com/essays/media/history-of-harold-lasswells-narrative-model-media-essay.php?vref=1> (16.03.2019).

insanlarından farklı olarak “*sosyolojik bir fenomen ve teknolojinin kaçınılmaz bir sonucu*” olarak görmüştür. Ayrıca modern propagandanın artık 1850’li yıllardaki gibi işlemediğini, propagandanın amacının bir görüşü dönüştürmek değil, zaten var olan bir miti uyandırmak olduğunu savunmaktadır (Ellul,1973:25). Ellul’e göre insanları propagandaya karşı zayıflatan yanlış anlaşılmanın başında propagandanın yalan bilgi ile eşdeğer görülmesi gelmektedir. Fakat propagandacı amacına ulaşmak için, yalnızca yalan bilgiyi değil aynı zamanda gerçeği, yarı gerçeği ve sınırlı gerçeği de kullanabilmektedir (Ellul,1973:1). Bu anlayışla propaganda tamamen yalan bilgi ile eşdeğer tutulamaz.

Ellul (1973:235) aynı zamanda propagandanın bir gerçeği de yaratabileceğini, böylece propaganda olmadan bir gerçeğin güçsüz bir durumda olduğunu savunmaktadır. Yalan da olsa, doğru da olsa her bilginin mutlaka propaganda ile desteklenmesi gerektiğini düşünmektedir. Ona göre, demokrasilerin karşılaştıkları zorluk karşısında, gerçeklerden vazgeçmeleri ve kendilerini propaganda yöntemlerine özümsemeleri büyük önem taşımaktadır (Ellul,1973:235). Demokrasiler de otoriter devletler gibi propaganda yapmaya ihtiyaç duymakta, hatta demokratik bir rejim kurulduğu andan itibaren propaganda çeşitli biçimlerde kendisini onun yanında inşa etmektedir (Ellul,1973:232).

Propagandacı tarafından yayılan bilginin bir kitleyi hedef alması propagandanın başarıya ulaşmasında en önemli özelliktir. Tek bir bireyin tüm ulusa kendi görüşlerini yayması ile yine tek bir bireyin özel bir konuşmada başka bir bireye görüşlerini ifade etmesi arasında büyük bir fark bulunmaktadır. İki durumda da aynı etki sağlanamayacağı gibi, özel konuşmalar propagandanın özelliklerine uymamaktadır, bu nedenle propaganda tek tek bireylere değil, kitlelere hitap eden bir kavramdır (Snow,2018:1). Propagandacı geniş kitlelere ulaşmak için de haberleşme araçlarından yararlanmaktadır. Kitleli olmanın yanı sıra, propagandacı başkaları kendisinin isteklerini yapsın diye zor kullanmamakta, zor kullanmak yerine gerekli koşulları oluşturarak amacına ulaşmak istemektedir (Qualter,1980:281). Propagandacının telkin yolunu kullanmakla, insandaki en güçlü güdülerden biri olan sürüleşme güdüsünden kendisine yarar sağlayacağını anlaması bir dönüm noktası olmuştur (Qualter,1980:288). Burada önemli olan yalnızca hedef kitle üzerinde tutum

değişikliği yaratmak değil, aynı zamanda hedef kitleyi propaganda yapıcının istekleri doğrultusunda harekete geçirmektir.

Ellul'e (1973:30) göre propagandacı, mesajını iletmeden önce, hedef kitlenin bu mesajı kesin olarak alabilmesi ve psikolojik olarak asıl propaganda hamlesine mobilize hale gelebilmesi için hazırlık yapmalıdır. "Pre-propaganda" adını verdiği bu sürecin yokluğunda propagandanın etkili olamayacağına inanan Ellul (1973:15), pre-propaganda olmadan yapılan propagandanın yalnızca belirsizlikler yaratacağını ve başarılı olamayacağını savunmaktadır. Burada asıl amaç, hedef kitleyi daha sonra gerçekleşecek olan asıl propaganda hamlesine karşı hazırlamaktır. Yani Ellul için de propaganda yapıcı asıl propaganda hamlesinden önce uygun bir ortam oluşturmalıdır.

Propagandacının uygun bir ortam yaratması konusunda Ellul ile aynı düşünceye sahip olan Edward Bernays (1923:20), propagandayı geniş anlamda belirli bir inancı ya da doktrini yaymak için örgütlü bir çaba olarak tanımlamaktadır. Ona göre propaganda savaş ve barış için gerekli bir kavramdır ve doğası gereği iyi ya da kötü olamaz. İyi ve kötü propaganda yerine eski ve yeni propaganda ayrımı yapan Bernays (1923:53), eski propaganda yönteminin hedef kitleyi kesin bir dille bir şeyi yapmaya zorladığını, ancak yeni propagandanın tam tersine istenilen şeyi yapmaları için hedef kitlenin içgüdülerine hitap ettiğini savunmaktadır. Bunun sağlanması için de propaganda yapıcının uygun koşullar yaratması gerekmektedir (Bernays,1923:112).

Jacques Ellul'ü diğer teorisyenlerden ayıran bir diğer nokta ise, propagandayı modern bir fenomen olarak analiz ederek konuya getirdiği perspektiflerin çeşitliliğidir (Marlin,2003:348). Bu doğrultuda Ellul siyasi ve sosyolojik propaganda arasında bir ayrım yapmaktadır. Siyasi propaganda halkın davranışlarını değiştirmek için bir hükümet, parti, yönetim veya baskı grubu tarafından yürütülmektedir (Ellul,1973:62). Yöntemler oldukça kasıtlı ve hesaplanmış ve hedefler açıkça ayırt edilebilir ve kesindir (Ellul,1973:62). Bütün propaganda türleri için ortak nokta, halkın bir politik veya ekonomik yapıyı kabul etmesine veya bir eylemde bulunmasına yol açmak için bir kitlesel iletişim aracıyla ideoloji yaymaktır (Ellul,1973:63). Ancak sosyolojik propagandada mevcut ekonomik, politik ve sosyolojik faktörler aşamalı olarak bir ideolojinin bireylere veya kitlelere nüfuz etmesine izin vermektedir (Ellul,1973:63). Burada önemli olan, bireyin aktif olarak katılımını sağlamak ve onu belirli bir sosyolojik içeriğe uyarlamaktır (Ellul,1973:64).

Sosyolojik propaganda, propaganda yapıldığı belli olmadan oldukça belirsiz bir şekilde faaliyet gösterir ve genel bir görüşe dayanarak yayılır (Ellul,1973:64). Diğer propaganda türlerinden daha yavaştır, çünkü uzun vadeli bir sonuç hedeflemektedir (Ellul,1973:67). Kendiliğinden benimsenmiş gibi görünen yeni alışkanlıklar oluşturmanın yanında yeni yargı ve seçim standartları yaratır. Siyasi propagandanın aksine sosyolojik propaganda kasıtlı bir eylemin sonucu olarak gerçekleşmez (Ellul,1973:64). Bu nedenle propagandacı farkında olmadan da bu yöntemi kullanabilmektedir. Ancak bu propaganda türü direkt propagandaya zemin hazırladığı gibi, zamanla propagandaya da dönüşebilir (Ellul,1973:66). Örneğin, ABD’de “Amerikan yaşam tarzı” sloganı birçok propaganda için zemin oluşturmakta, biri Amerikan yaşam biçimini üstün olarak kabul ettiğinde, bu durum iyilik ve kötülük ölçütü haline gelmekte ve Amerikan olmayan diğer şeyler kötü olarak algılanmaktadır (Ellul,1973:67-68). Anlaşılacağı üzere sosyolojik propaganda kendini birçok farklı alanda göstermesi ve en azından ilk aşamada kasıtsız bir davranış biçimi olmasından dolayı siyasi propaganda türünden ayrılmaktadır. Ellul’e (1973:65) göre insanlar bunu bir propaganda faaliyeti olarak görmese bile, yarattığı etkiler siyasi propaganda ile aynıdır.

Propaganda zamanla beyaz, gri ve kara propaganda olmak üzere üç grupta sınıflandırılmıştır. Beyaz propaganda, günümüzde propaganda ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin birbirleri ile ilişkisinde oldukça önemli bir terimdir. Çünkü bu iki kavramın çoğunlukla birbirleri adına kullanılmasına neden olmaktadır. Beyaz propagandada, propaganda yapıcı kendisini gizleme gereği duymaz. Örneğin, bir ülkede Propaganda Bakanlığı’nın varlığının bulunması, halkın birilerinin onları etkilemeye çalıştığının farkında olmasına neden olmakta ve bu bakanlık beyaz propaganda faaliyetlerinde bulunmaktadır (Ellul,1973:15). Propagandacı kendisini gizlemediği gibi, gönderilen mesajlar da doğru olma eğilimi içerisindedirler (Jowett ve O’Donnell,2012:17). Burada asıl önemli olan, hedef kitle ile propaganda yapıcı arasında gelecekte yararlı olabilecek bir güvenilirlik ilişkisi sağlanmaya çalışılmasıdır (Jowett ve O’Donnell,2012:17). Özellikle ulusal kutlamalar ve uluslararası spor müsabakaları vatanseverlik ve milliyetçilik gibi duyguları göstermesi nedeniyle genellikle beyaz propaganda olarak sınıflandırılabilirler (Jowett ve O’Donnell,2012:17).

Gri propaganda, en yaygın propaganda çeşidi olmakla birlikte beyaz ve kara propaganda arasında yer almaktadır (Rusu ve Herman,2018:120). Propaganda yapıcının hem doğru bilgi hem de yalan bilgiyi birbirine karıştırarak yaydığı bir propaganda türüdür (Manning ve Romerstein,2004:123). İki tür bilgi kullanıldığı ve kaynak belli olmadığı için, yayılan bilginin doğru mu yoksa yanlış mı olduğu bilinmemektedir. Kara propaganda da ise yanlış, hatalı veya yanıltıcı ve aynı zamanda kaynağın belli olmadığı mesajlar yayılmaktadır (Şutiu,2012:128). Propagandacılar içeriği ve izleyiciyi değerlendirip en uygun ve etkili olduğunu düşündükleri propaganda yöntemlerini ve araçları kullanmaktadırlar (Welch,2003:xx).

Bu üç propaganda türü de devletler tarafından hem kendi kamuoyunu hem de yurt dışındaki kamuoyunu etkilemek için kullanılmaktadır. Tsan-Kuo Chang ve Fen Li (2014:455) propogandanın ulusal ve uluslararası düzeyde uygulanabileceğini, ancak propogandanın doğası gereği bir ülkeden başka bir ülkedeki insanlara yöneldiğini savunmaktadırlar. ABD eski başkanı olan Eisenhower da ulusal ve uluslararası propaganda arasında ayırım yapmanın anlamsız olduğunu düşünmüş ve yurtdışında kamuoyu kazanmanın en az yurt içinde gücünün korunması kadar önemli olduğuna inanmıştır (Osgood,2006:3).

Propaganda kavramı, geçmişte olduğu kadar günümüzde de sıklıkla kullanılan ve tartışılan bir kavram olmaya devam etmektedir. Ülkelerin başka ülke halklarını etkilemek amacıyla kullandıkları bu kavramın ilerleyen yıllarda kötü bir anlam kazanmasıyla birlikte, yabancı toplumlarla iletişimde yeni bir kavram arayışına gidilmiş ve kamu diplomasisi terimi ortaya atılmıştır. Bir sonraki bölümde kamu diplomasisi kavramı alt başlığı altında bu konuya değinilecek ve yeni kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramları hakkında bilgi verilecektir.

1.2. Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi terimi 1965 yılında Tufts Üniversitesi'ndeki Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından günümüzdeki anlamıyla ilk kez kullanılmış ve evrensel olarak kabul edilmiştir (Cull,2009a:19). Gullion dekanlık görevinin yanı sıra Edward R. Murrow Kamu Diplomasisi merkezini kurmuş ve merkezin ilk broşürü Gullion'un kamu diplomasisi konseptini şu şekilde özetlemiştir: "Kamu diplomasisi, dış politikanın oluşumunda ve uygulanmasında kamuoyu

tutumunun etkisinin yanı sıra, yabancı ülkelerde kamuoyu görüşünün oluşturulması, bir ülkedeki özel grupların ve çıkarların diğeriyle etkileşimi, dış ilişkilerin bildirilmesi ve politikaya etkisi, diplomatlar ve yabancı muhabirler arasındaki iletişim ve kültürlerarası iletişim süreçleri ile de ilgilenmektedir”⁹ Kamu diplomasisi geleneksel diplomasiden farklı olarak, dolaylı bir şekilde resmi olmayan kanallar üzerinden etki uygulayan, ilk olarak hükümet dışı aktörler ile ilgilenen ve yabancı halklara yönelik olan bir faaliyet olarak görülmektedir (Henrikson,2006:8).

Edward R. Murrow Kamu Diplomasisi merkezinin ilk broşürlerinde yer alan bu özetten sonra bilim insanları tarafından birbirinden farklılık gösteren birçok tanımlama daha yapılmıştır. Kavramın tanımına dair oluşan çeşitlilik John Brown’ın (2011) bu duruma dil bilimsel/dilsel fenomen demesine neden olmuştur. Kavramın analitik sınırlarına dair bir fikir birliği bulunmadığı için herkes tarafından kabul edilmiş bir tanımının bulunması oldukça zordur (Gregory,2008:274). Buna rağmen literatürde kamu diplomasisinin özünde bir iletişim bileşeni içerdiği kabul edilmekte ancak bu iletişimin tamamen yerli mi yoksa yabancı bir alanda mı gerçekleştirildiği konusunda bazı karışıklıklar bulunmaktadır (Kelley,2009:73). Örneğin, Birleşik Krallık’ta kamu diplomasisi hem yurtiçi ve hem de yurtdışındaki iletişim engellerini aşmak amacıyla daha geniş bir strateji alanı olarak kabul edilmektedir (Lane,2006:2). Fakat literatürdeki tanımların büyük bir çoğunluğu kamu diplomasisi faaliyetlerini yurt dışı odaklı olarak görmektedirler.

Kamu diplomasisi terimi 1970’te ABD’deki uygulayıcılar tarafından kullanıldıktan sonra dünya çapında yayılmaya başlamıştır (Gregory,2008:275). Genel anlamda terim, düşüncelerini ve sonunda hükümetlerinin görüşlerini etkilemek amacıyla yabancı halklarla doğrudan kurulan bir iletişim olarak tanımlanmıştır (Malone,1985:200). Malone (1985:200), bilim insanlarının ilk zamanlarda kamu diplomasisinin çeşitli kafa karıştırıcı, eksik veya sorunlu tanımlarını kullandıklarını ve 1980 yılında ve öncesinde yapılan tanımlamaların uluslararası sistemde kamu diplomasisini yönetecek tek aktör olan devletleri baz aldığını savunmaktadır. Halka bilgi aktarmak ve güvenini sağlamak söz konusu olduğunda demokrasilerde dahi diplomatların bu konuda en iyi seçenek olmadıkları zamanlar olmakta, bu nedenle

⁹ Daha fazla bilgi için, bkz: <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm> , (25.03.2019).

kamu diplomasisi faaliyetleri gönderen ülkenin sivil toplum kuruluşları ve hedef ülkelerdeki yerel ağlar kullanıldığında daha etkili olmaktadır (Melissen,2007:16). Bu nedenle yabancı toplumlarla iletişime girme süreci çoğunlukla hükümet dışı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Ayrıca yabancı halklar üzerinde daha fazla güvenilirliklerinin bulunmasının yanı sıra, diplomatlara nazaran bu tarz oluşumlar karşı taraf ile ilişki kurmanın daha doğal yollarını bulmaları sayesinde amaçlarından daha az şüphe uyandırmaktadırlar (Riordan,2007:191). Ancak kamu diplomasisinin çoğunlukla hükümet dışı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmesi, yurtdışında yer alan elçiliklerin ve diplomatların önemini azaltmamıştır (Riordan,2007:193). Diplomatlar ve elçilikler kamu diplomasisinde önemli bir rol oynamaya devam etmektedirler. Eytan Gilboa (2008:56) da kamu diplomasisinde var olan araştırmalar hakkında bir eleştiri getirmektedir. Ona göre var olan araştırmaların çoğu tarihseldir ve genellikle Soğuk Savaş sırasında ABD'nin deneyimleri ile ilgilenmektedir, bu nedenle kamu diplomasisi kavramı birçok önemli zayıflıktan muzdariptir (Gilboa,2008:56).

Gregory (2008:276), kamu diplomasisini, devletlerin ve devlet dışı aktörlerin kültürleri, tutumları ve davranışları anlama yollarını ve araçlarını tanımlayan bir terim olarak görmüş, amacının ise ilişkiler kurmak, yönetmek ve değerleri iletirmek için görüş ve eylemleri etkilemek olduğunu belirtmiştir. Gregory'e (2008:276) göre Birinci Dünya Savaşı var olan dünya düzenini değiştirmiş, ilerlemeye başlayan iletişim teknolojileri sayesinde, liderler sahip oldukları fikirleri yalnızca diğer hükümetleri değil aynı zamanda onların vatandaşlarının tutumlarını ve eylemlerini etkilemek için de kullanmışlardır. Yani yabancı halklar üzerinde bir etki oluşturmak ve onlara ulaşma çabası, Gullion'dan çok daha önce de karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, 1938'de Nazi Almanyası'nın Avusturya'yı ilhakı toplumun her kademesinde faaliyet gösteren ve halkı ikna etmek için resmi, yarı resmi ve resmi olmayan kuruluşların karışımının kullanılması ile olağanüstü başarılı bir kamu diplomasisi örneği olarak gösterilmektedir (Sharp:2007:107). Bu örneğin yanı sıra yirminci yüzyıl boyunca yaşanan büyük teknolojik gelişmeler ile birlikte devletler arasındaki askeri yardımlar, kültürel ve eğitimsel değişimler, bilgi yayma işlemleri diplomasiinin bir parçası haline gelmiştir.

Beverly Lindsay (1989:425), özellikle ülkeler arasındaki kültürel ve eğitimsel değişimlerin uluslararası ilişkilerde uzun süredir var olduğunu ancak bu tarz

faaliyetlerin iki dünya savaşı arası dönemde daha resmi hale geldiklerini belirtmiştir. Kültürel ve eğitimsel değişimlerle ülkeler arasında kurulan bu ilişki iki ülke arasındaki ilişkilerin de olumlu yönde ilerlemesine katkı sunmuştur. Aynı şekilde kamu diplomasisi faaliyetleri de bir ülkenin politikasının olumlu yönde ilerlemesine katkıda bulunduğu gibi başka ülkelerle olan ilişkilerinin de olumlu yönde ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Örneğin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra 1997 yılında kadar Fransa ve Almanya arasında beş milyon öğrenci değişimi yaşanmış ve bu durum iki ülkenin ilişkilerinin normalleşmesine katkıda bulunmuştur (Scott-Smith,2009:50). Bu tarz değişim programları, ülkeler arasındaki bağları güçlendirmiş ve uluslararası iş birliğinin sağlanması için prosedürleri ve kurumları geliştirmiştir (Lindsay,1989:428-429).

Kamu diplomasisinin üç katmanı olarak monolog, diyalog ve iş birliğini gören Geoffrey Cowan ve Amelia Arsenault (2008:27) ise içinde bulunduğumuz ekonomik, politik ve kültürel birbirine bağımlılık dünyasında, bu üç katmanın uygun şekilde uygulandığında etkili bir kamu diplomasisi için gerekli araçlar olduklarını savunmaktadırlar. Kamu diplomasisinde monologların (konuşmalar, bildirimler, basın yayınları, filmler, kitaplar, şiir ve görsel sanat eserleri gibi kültürel eserler) pek çok biçimde uygulandığını ve kullanıldıklarından sonra diyalogun temelini oluşturabildikleri gibi iş birliğine de yol açabildiklerini savunmaktadırlar. Ancak bu tarz faaliyetlerin işlevi kasıtlı olsun veya olmasın bir fikri veya vizyonu açıkça sunmaktır (Cowan ve Arsenault,2008:13). Aynı zamanda oluşturulan bu tipolojide, her kamu diplomasisi katmanı belirli durumlar için özel avantajlara sahiptir ve her birinin kendi başlarına veya bir arada kullanabilecekleri zamanlar ve yerler özenle düşünülmelidir (Cowan ve Arsenault,2008:12).

Literatürde araştırmacılar arasında kamu diplomasisinin başka ülkelerin vatandaşlarını etkileyip bu şekilde yabancı bir hükümeti etkilemeyi amaçlayan bilgi, eğitim ve kültür alanlarında faaliyetler içerdiği konusunda genel bir fikir birliği ortaya çıkmaktadır. Kamu diplomasisi ile iletişim kurulan yabancı halklara doğru bilgidan oluşan doğrudan bir iletişim söz konusudur. Jessica C. E. Gienow-Hecht ve Mark C. Donfried (2013:14), yabancı halklarla yapılan bu doğrudan iletişimin, hükümetlerin finansman sağladığı ve yabancı toplumları kendi ülkeleri hakkında bilgi sahibi yapma ya da etkileme amacını taşıyan faaliyetleri içerdiğini savunmaktadır.

Bu tanımdan farklı olarak etkilemek yerine bir anlayış kazandırmanın üzerinde duran Tuch'a (1990:3) göre ise kamu diplomasisi, bir hükümetin veya ulusun, fikirleri ve idealleri, kurumları ve kültürü ile ulusal hedefleri ve mevcut politikaları hakkında bir anlayış kazandırma çabasıyla yabancı halklarla iletişim kurma sürecidir. Fakat bu anlayış kazandırma faaliyetleri her zaman kamu diplomasisi faaliyeti uygulayan devletin lehine sonuçlanmaz. Örneğin; Nancy Snow (2009:8), 11 Eylül'de ABD'nin pozisyonunun bir yanlış anlaşılmayı sembolize ettiğini savunmaktadır. 11 Eylül saldırılarından sonra Amerikalı uygulayıcılar arasındaki düşünce şudur: Eğer Amerikalılar dünyaya Müslüman olan Amerikan vatandaşlarının açık bir toplumda iyi bir şekilde yaşadıklarını gösterebilirse, belki o zaman Orta Doğu, Arap ve İslam dinine inananlar ile bir köprü kurmaya çalışabilirdi (Snow,2009:8). Ancak uygulamalardan sonra hedef seyircilerin gördüğü, birçok Müslümanın Amerika destekli otokratik rejimlerde ne kadar fakir olduklarına nazaran Müslüman Amerikalıların ne kadar iyi durumda olduğuydu (Snow,2009:8). Dünyaya çok daha farklı bir Amerika imajı çizmek için ortaya atılan faaliyetler daha büyük bir karşılığı ortaya çıkardı ve sonucunda “başarımız sizin başarınızdır” mesajı “bizim başarımız sizin başarısızlığınızdır” mesajına dönüştü (Snow,2009:8). Böylece yavaş yavaş kamu diplomasisinde değişiklikler meydana gelmeye başladı ve literatürde yeni tanımlama çabaları ortaya çıktı. Bir sonraki alt başlıkta bu tanımlamalardan biri olan yeni kamu diplomasisinden bahsedilecektir.

1.2.1. Yeni Kamu Diplomasisi

Uluslararası sistemi büyük oranda değiştiren iletişim teknolojisindeki ilerleme ve küreselleşmenin yarattığı çok merkezli ve birbirine bağımlı hale gelen yeni sistem, devletlerin birbirleri ile olduğu kadar halkları ile de etkileşime girmeleri için çok büyük fırsatlar yaratmıştır. Gerek uluslararası sistemde yaşanan değişimler gerekse de kamu diplomasisi araştırmacıları arasındaki ayrılık, Jan Melissen, Philip Seib ve Nicholas J. Cull gibi akademisyenlerce ortaya atılan “Yeni Kamu Diplomasisi” adı altında yeniden tanımlama çabalarının doğmasına neden olmuştur. Melissen (2007:11-14), geleneksel yorumlardan yeni kamu diplomasisini ayırırken, devletlerin ötesinde aktörlerin uluslar üstü ve ulus ötesi oyuncularını içerecek şekilde genişlemesi ve diyalog gibi kavramları detaylandırmıştır. Devletler uluslararası sistemde hala önemli bir aktör

olsa da devlet dışı aktörler de artık büyük bir yer tutmaktadırlar. Bu nedenle yalnızca devlet temelli bir diplomasi anlayışı yerine, daha karmaşık bir diplomasi yürütülmesi gerektiği kabul edilmelidir.

Wiseman'a göre, gelişmekte olan dünyadaki diplomatik sistemde eş zamanlı olarak en az üç tür diplomasi uygulanacaktır: iki taraflı, çok taraflı ve "polylateral" (Murray ve diğerleri,2011:172). Polylateral terimi devlet ve devlet dışı aktörlerin arasındaki ilişkileri tanımlamak için (Murray ve diğerleri,2011:172) Wiseman tarafından ortaya atılmış bir terimdir. İki taraflı ve çok taraflı olan dünya düzeninde devlet ve devlet dışı aktörlerin birbirleriyle olan ilişkisinin diplomatik kültürü nasıl etkileyeceği bir tartışma konusudur. Wiseman bu konuda devlet dışı aktörlerin devlet normları altında ezileceği mi yoksa devlet temelli diplomatik kültürün tamamen bozulup yerine daha az devlet merkezli, daha az hiyerarşik, daha az bölgesel ve daha şeffaf haldeki bir dünya toplumunun mu oluşacağı sorusunu sormaktadır (Murray ve diğerleri,2011:172). Sonucunda Wiseman, devlet dışı aktörlerin devlete özgü diplomatik normları taklit etmekten ziyade, yeni diplomatik kültürler yarattıklarını savunmaktadır (Murray ve diğerleri,2011:172).

Oluşturulan yeni kamu diplomasisi anlayışı ile kamu diplomasisinde artık tek taraflı bir iletişimden daha çok, diyalog ve iş birliğine bağlı bir iletişim sağlamak hedeflenmiştir. Hükümetler tarih boyunca yabancı halklar üzerinde etki sahibi olmaya, düşüncelerini kendi çıkarları doğrultusunda değiştirmeye çalışmıştır. Tarihsel açıdan başka ülkelerdeki halklarla iletişim denildiği zaman aklımıza propaganda gelmektedir (Melissen,2007:18). Melissen'e (2007:18) göre, diğer ülkelerin toplumlarını hedef alan günümüz bilgilendirme kampanyalarının çoğu temelde tek yönlü iletişim biçimidir ve kamu diplomasisi uygulayan ülkelerden bazıları aslında kamuoyunu manipüle etmek konusunda köklü bir geçmişe sahiptir.

Bu duruma rağmen artık yeni kamu diplomasisi kavramı ile etkileşim, yalnızca hükümet tarafının sesini duyurabileceği anlamına gelmeyecek, aynı şekilde karşı tarafın görüşleri de dikkate alınacaktır. Kültürel ilişkilerde de yeni kamu diplomasisi anlayışında olduğu gibi yabancı halklarla iletişim kurma, karşılıklılık ve istikrarlı ilişkilerin kurulması ve kalpleri ve zihinleri kazanarak güven oluşturmak amaçlanmaktadır (Melissen,2007:21). Yeni kamu diplomasisi diğer ülkelerdeki sivil toplum aktörleriyle ilişkilerin kurulması ve yurt içinde ve dışındaki sivil toplum

kuruluşları arasında ağların kolaylaştırılması ile faaliyet göstermektedir (Zaharna,2010:83). Bunun yanı sıra sıradan insanlar da artık kamu diplomasisi faaliyetlerinde önemli bir yer tutmaktadırlar. Bilgiye erişimin demokratikleşmesi vatandaşları da birer gözlemci haline dönüştürmüştür (Melissen,2007:24). Böylece günümüz diplomatları artık uluslararası sistemde yalnızca karşı ülkenin diplomatları ile iletişimde kalmayacaktır.

İçinde bulunduğumuz çağ itibariyle devlet dışı aktörler daha belirgin hale gelmeye başlamaktadır. Bu aktörlerin dünya halklarıyla iletişim kurmak için kullandıkları mekanizmalar yeni, gerçek zamanlı ve küresel teknolojilere (özellikle de internet) geçmiştir (Cull,2009b:13). Nicholas Cull (2009b:14), eski ve yeni kamu diplomasisi ayrımı yaparken, eski kamu diplomasisinde yaklaşım kaynağının propaganda teorisine göre ilerlediğini ancak yeni kamu diplomasisinde yaklaşım kaynağının ağ (network) teorisine göre ilerlediğini savunmaktadır. Yeni kamu diplomasisi, Soğuk Savaş'ın aktörden-insanlara olan iletişimini terk etmekten ve kolaylaştırıcı rol oynayan uluslararası aktörler ile birlikte karşılıklı bilgilenme için insandan-insana temasta yeni bir vurgudan bahsetmektedir (Cull,2009b:13). Bu modelde, eski tepeden inme mesaj vurgusu sönerken, yeni kamu diplomasisinin en temel görevi, karşılıklı ilişki kurmak ve etkileşime geçmek olarak nitelendirilmiştir (Cull,2009b:13).

Melissen (2007:15) kamu diplomasisinin ulusal dış politika ile çok yakın olarak ilişkilendirilmemesi gerektiğini, böylece dış politika başarısızlıkla sonuçlandığında diğerinin de onunla birlikte başarısız olmayacağını savunmaktadır. Ayrıca vatandaşların ve sivil toplum kuruluşlarının uluslararası olarak diğer bölgelere ulaşması gerekmektedir ancak yabancı ülkelerde hükümetleri için konuşmadıklarından ve dış politikalarını açıkça dile getirmediüklerinden emin olmalıdırlar (Elliot,2010). Melissen'in yeni kamu diplomasisi yaklaşımı çok çeşitli aktörler ve tedbirler içerdiği için aşırı genişliğiyle eleştirilenler tarafından hatalı bulunmaktadır (Kersaint,2013:22). Bu eleştirinin yanı sıra, Daniel Ostrowski (2010:27), yeni kamu diplomasisi kavramı ile kamu diplomasisi kavramının ahlaki açıdan eleştirel olarak ele alındığı, stratejik amaçlarının ihmal edildiği ve propaganda ile olası bir karmaşıklık durumunun yaratıldığını belirtmektedir. Yeni kamu diplomasisi kavramının yanı sıra

literatürün üzerinde ağırlıklı olarak durduğu bir başka kavram ise yumuşak güç kavramıdır. Bir sonraki alt başlıkta yumuşak güç kavramı üzerinde durulacaktır.

1.2.2. Yumuşak Güç

Yeni kamu diplomasisi kavramının yanı sıra 1990 yılında Joseph Nye tarafından “yumuşak güç” kavramı ortaya atılmıştır. Bu kavram ile Nye (2005:6), içinde bulunduğumuz dönemde, uluslararası sistemde artık zor kullanmak yerine, devletlerin isteklerini gerçekleştirmeleri adına kendilerini bir kişilik, kültür, politik değer ve kurumlar ile çekici kılmaya çalıştıklarını savunmaktadır.

Nye, ABD özelinde devletler için asıl ihtiyaç duyulan şeyin silah sistemleri yani sert güç olmak yerine, çekicilik yaratan yumuşak güç olduğunu ve bu alana yatırım yapılması gerektiğini savunmaktadır. Yumuşak gücün özellikle demokrasi, insan hakları ve açık pazar gibi kavramları başka ülkelere teşvik etmesi, çekici kılması çok önemlidir. Bu gibi kavramların başka ülkelere pazarlanmasında yumuşak güç bir çekicilik yaratarak faaliyet göstermektedir. Bu noktada Nye, (2005:17) insanları demokrasiye çekmenin onları demokratik olmaya zorlamaktan daha kolay olduğunu belirtmektedir. Bir ülkenin yumuşak gücü, başkalarına çekici gelmesi şartıyla kültürü, yurt içi ve yurt dışına ulaştırılması ile politik değeri ve ahlaki bir otoriteye sahip olma şartıyla dış politikasından oluşan üç kaynaktan gelmektedir (Nye,2006). Bu durum yumuşak gücün yalnızca demokratik bir yönetim tarzına sahip olan ülkelere gerçekleştirilebileceğine dair bir düşüncenin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda bir ülkenin kültürü evrensel değerler içeriyorsa ve diğer ülkelerin paylaştığı çıkarları ve değerleri destekliyorsa, o ülke cazibe ilişkisi nedeniyle yumuşak güç üretebilmektedir (Nye,2005:11). Ancak bir ülkenin kültürünün, değerlerinin ve politikalarının içeriği çekici değilse, onları yayınlayan kamu diplomasisi yumuşak güç üretememektedir (Nye,2008:95).

E. H. Carr, Nye’den önce devletlerin askeri ve ekonomik güçlerinden ziyade, istediklerini elde etmek için diğer ülkeler üzerinde bir etki yaratacak faaliyetler gerçekleştirmeye yoğunlaşması gerektiğini savunmuştur. Carr’a (1981:132) göre, görüşler üzerindeki güç en az politik amaçlar için uygulanan askeri ve ekonomik güç kadar önemlidir. Yumuşak gücün bu erken kullanımı onun ilk zamanlarda da başkalarını etkileyerek ve hedeflerinizi benimsemeye ikna ederek istediğinizi elde

etme yeteneği (Nye,2003) olarak gündeme geldiğini göstermektedir. Bu ikna ederek hedeflerine ulaşma amacıyla yalnızca tek bir taraf değil, tüm katılımcılar yarar sağlayabilmektedirler. Bu konuda Nye, (2013) yumuşak gücün sıfır toplamı bir oyun olmak zorunda olmadığını, bütün ülkelerin birbirlerini çekici bularak kazanabileceklerini belirtmektedir. Nye'a (2005:106) göre güvenilirlik çok önemli bir yumuşak güç kaynağıdır. Hükümetler güvenilirlik için sadece hükümetlerle değil, medya, şirketler, sivil toplum kuruluşları, hükümetler arası kuruluşlar ve bilimsel topluluk ağları gibi çeşitli alternatiflerle rekabet etmektedirler (Nye,2005:106).

Joseph Nye ilk olarak 2008 yılında yayınladığı “Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç” adlı makalesini 2019 yılında revize ederek yayınlamıştır. Nye, 2019 yılında yayınladığı makalede bir önceki makaleden farklı olarak internetin ve sosyal medyanın büyümesiyle birlikte bilgi devriminin yaşanmasını, bunun yumuşak güce etkisini ve “keskin güç” kavramını ayrıntılı bir şekilde işlemiştir. Yaşanılan büyük teknolojik gelişmeler bilgi işlem ve iletme maliyetlerinin çarpıcı bir şekilde düşüşüne neden olmuştur (Nye,2019:10). Bunun sonucu olarak bilgi patlaması doğmuş ve büyük oranda bilgi fazlalığı yaşanmaya başlamıştır. Bilgi çok fazla şekilde ve maliyetsiz bulunabiliyorken, dikkat ona nazaran daha kıt bir kaynak haline gelmiştir (Nye,2019:10). Dikkat azlığı ve bilgi fazlalığı ise yalan haberlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır ve yalan haberler doğru haberlerden daha fazla izleyiciyi meşgul etmektedir (Nye,2019:11).

Nye 2019 yılı makalesinde yumuşak gücün kendi sınırları olduğunu kabul etmektedir. Örneğin, bir ülkenin yumuşak gücünün büyük kısmı sivil toplumu tarafından üretilmekte ve bu da hükümetlerin kullanılmasını zorlaştırmaktadır (Nye,2019:8). Bu durumda askeri güçlerine kolayca emir verebilen politika yapıcılar özellikle demokrasilerde sanatçıları, üniversiteleri ve vakıfları yönlendirmekte zorlanmaktadır (Nye,2019:8). Yumuşak güç kaynaklarının bütünüyle devletlerin kontrolünde olmaması üzerinde dikkatle durulması gereken bir husustur. Nye'a (2005:17) göre firmalar, üniversiteler, vakıflar, kiliseler, diğer hükümet dışı gruplar gibi yumuşak güç kaynakları kendi yumuşak güçlerini kendileri üretirler. Bir ülkenin dış politikasında belirlediği strateji ile yumuşak gücünün çelişmemesi için de bu tür yumuşak güç kaynaklarının izlediği stratejileri değerlendirmek gerekmektedir.

Aynı zamanda bilgiye dayanan yumuşak güç, keskin güç olarak adlandırılan bilginin manipülatif kullanımından oldukça farklı olarak görülmekte ve ABD de dahil olmak üzere ülkeler her ikisini de uzun süredir kullanmaktadırlar (Nye,2018). Nye'a (2018) göre bu durumda demokrasiler keskin güce tepki verirken, otoriter modeli taklit ederek kendi yumuşak gücünü yok etmemelidir. Bu durumun yanı sıra literatürde, yumuşak gücün sorunlarından en önemlisinin ölçülememesi olduğu belirtilmiştir. Bir ülkenin davranışlarını diğer ülkenin yumuşak gücünden dolayı değiştirdiğini kanıtlamak mümkün değildir (Yukaruç,2017:498).

Bu bölümde yumuşak güç kavramı ve kamu diplomasisi ile ilişkisinden bahsedilmiştir. Bir sonraki bölümde ise, literatürde propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkinin nasıl görüldüğü, iki kavramın benzer ya da farklı olduğunu iddia eden literatürün öne sürdüğü argümanların neler olduğu tartışılacaktır.

1.3. Literatürde İki Kavramın Birbiriyle Olan İlişkisi

Literatürde iki tür eğilim bulunmaktadır. Bunlardan biri kamu diplomasisi ve propagandayı birbirinden tamamen ayrı iki alan olarak görenler ve bir diğeri de iki kavramın aslında birbirine benzer kavramlar olduğunu iddia edenlerdir. İki terim arasındaki bu tartışmalar özellikle 11 Eylül saldırılarından sonra yeniden oluşmaya başlamıştır (Zaharna,2010:77). Literatürde iki terimin birbiri ile benzerlikler gösterdiğini iddia eden bilim insanlarının ortak noktalarından biri, iki kavramın da amaçlarının, yöntemlerinin ve kullandıkları araçların benzerlik göstermesidir.

2002 yılında, Kim Andrew Elliot (2002), New York Times'daki bir yazısında kamu diplomasisini uluslararası propaganda faaliyetleri için yeni ve yumuşak bir terim olarak tanımlamıştır. Elliot (2002) kamu diplomasisinin aslında propaganda için sterilize edilmiş bir ikame olduğunu çünkü iki yaklaşımın da yabancı izleyicilerin hem manipülasyonu hem de kontrolünü içeren etki ve bilgi yaklaşımlarına göre hareket ettiğini ancak propagandada bunun daha agresif yöntemlerle yapıldığını savunmaktadır. İki kavram arasında benzerlik olduğunu düşünen bilim insanları, iki kavramın da genel geçer tanımlarının bulunmamasıyla birlikte özellikle beyaz propaganda ve kamu diplomasisi terimleri arasındaki sınırın pratikte biraz bulanık olduğunu iddia etmektedirler (Kersaint,2013:32). Bu görüşün aksini savunan bilim insanları ise genel olarak; kamu diplomasisi kavramının diyalog üzerine kurulu bir iş

birliği anlayışına dayandığını ve propagandanın aksine uzun vadeli çıkarlar üzerine odaklandığı argümanlarını savunmaktadırlar. İki kavram arasındaki ilişkinin literatürde nasıl görüldüğünü açıklamak amacıyla yazılan bu bölümde ilk olarak kavramların birbirlerine benzer olduğunu iddia eden literatür hakkında bilgi verilecektir.

1.3.1.Propaganda ve Kamu Diplomasisi Kavramlarının Benzer Olduğunu İddia Eden Görüşler

Propaganda kavramı çoğu kişinin hemfikir olduğu şekilde oldukça olumsuz çağrışımına sahip bir kavram haline gelmiştir (Tuch,1990:9). Erwin W. Fellows, (1959:188) I. Dünya Savaşı ile yaygınlık kazanan propaganda teriminin, birçok yazarın makalesinde “arzu edilmeyen”, “kötü” bir kavram olarak tanıtıldığını onaylamaktadır fakat ona göre terim son yıllarda daha yararlı bir konsept olarak sunulmaya başlanmıştır. David Guth (2008:311) da ABD’nin bu olumsuz çağrışım nedeniyle bu terminolojiden uzaklaştığını ve yetkililerin kamu diplomasisi adı altında dış kamuoyunun fikirlerini etkileme çabası içine girdiklerini savunmaktadır. USIA’dan emekli olan Fitzhugh Green (1988:3, akt. Guth,2009:311) de, “Yurtdışında Amerikan Propagandası” adlı kitabında kamu diplomasisinin “*modern Amerikalıların nefreti/propagandası için bir örtmece*” olduğunu yazmıştır. Aynı şekilde, kavramın uluslararası alanda kabul edilmesini sağlayan Gullion da kamu diplomasisi adı altında uygulanan faaliyetlere aslında propaganda demek istediğini fakat propagandanın olumsuz anlamlar çağrıştırmaması nedeniyle yeni bir kavram oluşturduklarını belirtmiştir (Arndt,2005:480).

Bu açıklamalara ek olarak Dışışleri Bakanlığı’nda diplomat olarak görev yapan Richard Holbrooke (2001), kamu diplomasisi adı altında yapılan faaliyetlere halkla ilişkiler ya da psikolojik savaş da denilebileceğini fakat gerçekten açık sözlü olmak gerekirse bu faaliyetlerin propaganda olduğunu belirtmiştir. Kavramın tarihsel olarak arka planında yer alan bu gibi benzetmeler, iki kavram arasında yaşanan tartışmanın hala devam etmesine neden olmaktadır. Kavramlar arasında net bir şekilde benzerlik olduğunu düşünen ve yukarıda da belirtilen kişiler akademisyen değil, bürokrat ya da diplomattırlar. Bu durum bu işi yapanların kavramların ayrımı konusunda görece olarak isteksiz davrandıkları düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bu da aradaki ayrımın

siyasi gerçeklikten ziyade daha çok akademik saiklerle oluşturulmaya çalışıldığının bir göstergesidir.

Vatikan tarafından kullanılan propaganda terimi ve oluşturulan örgüt, Roma Katolik Kilisesi'nin Protestanlara ve yeni dünyaya sistematik olarak inanç yayması propagandanın nötr anlamını kaybetmesine neden olmuştur (Jowett ve O'Donnell,2012:2). Daha sonraki yıllarda propaganda zamanla yalanların, aldatmanın ve kötülüğün bir simgesi haline gelmiştir (Jowett ve O'Donnell,2012:43-44). Aynı zamanda tanım konusunda yaşanan çeşitlilik propaganda, halkla ilişkiler, psikolojik savaş, kamu diplomasisi, bilgi ya da stratejik iletişim gibi kavramların arasındaki farkların net bir şekilde ortaya konulamamasına neden olmaktadır. Bu terimlerin hiçbirinin açık veya herkes tarafından kabul görmüş bir tanımı yoktur. Osgood'a (2006:374) göre, bununla birlikte her birinin ortak noktası, ulusal çıkarlar için başkalarının düşüncelerini, algılarını, inançlarını, fikirlerini ve değerlerini etkilemek olarak özetlenecek amaçlarıdır.

Evan Potter (2008:60) ise, yapılan tanımlar gereği birçok kamu diplomasisi faaliyetinin aynı zamanda propaganda durumunda olduğunu ve kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmadan önce bunların zaten propaganda olarak tanımlandığını savunmaktadır. Basitçe söylemek gerekirse kamu diplomasisi, bir devletin hedef ulusun politikasını avantaja çevirmek amacıyla kamuoyunu etkileme çabasıdır (Potter,2002-2003:46). Bu amaç uğruna kullanılan ve belki de en iyi bilinen kamu diplomasisi aracı ise kültür ve uluslararası eğitimidir (Potter,2002-2003:51). Beverly Lindsay (1989:433) propagandanın kitlesel tutumları etkileme girişimi olarak görüldüğünü ve eğitim ve kültür programlarının da bu tarz bir amaç edindiğini, bu nedenle de bu faaliyetlerin propaganda faaliyetleri olduklarını düşünmektedir.

Lindsay bu düşüncesine örnek olarak Fulbright programlarını vermektedir. II. Dünya Savaşı'nın sonunda Senatör William Fulbright (1905-1995) tarafından uluslararası eğitim değişimlerini teşvik etmek için kurulan Fulbright Programı ABD kamu diplomasisinin en çok bilinen örneğidir (Cull,2003:327). Lindsay'e (1989:433) göre bu açıdan bakıldığı zaman Fulbright programları Amerikan eğitim ve kültürü için olumlu bir izlenim yaratmaktadır ve olumlu görüşlerin oluşturulması ve sürdürülmesi ise propagandaların özellikleridir. Filmler, dergiler, sanat aktiviteleri, televizyon programları, öğrenci değişim programları gibi çok çeşitli faaliyetleri içine

alan kültürel propaganda faaliyetleri, bir ulusun kendisini daha net anlatmaya ve algıları şekillendirmeye çalıştığı uzun vadeli bir süreçtir. Aynı şekilde Rosaleen Smyth (2010:434), Jacques Ellul'ün terminolojisine göre bu değişim programlarının birçoğunun bütün bir yaşam tarzını yaymayı amaçlayan sosyolojik propaganda olarak adlandırılabilirliğini savunmaktadır.

Nancy Snow, (2012) propaganda ve kamu diplomasisinin birbirlerinin yerine geçebilecek kavramlar olmadığını ancak birbiri ile ilişkilendirilebilecek kavramlar olduğunu düşünmektedir. Ona göre hem propaganda hem de kamu diplomasisi güç ile ilişkilendirilebilecek terimlerdir (Snow,2012). Snow (2018:4) propagandayı kaynağın hedeflerine hizmet eden, kitlelerin düşüncelerini geliştirmek için kitle ikna araçlarını kullanan kaynak tabanlı, neden odaklı ve duygu yüklü bir içerik olarak görmektedir. Bunun yanı sıra propaganda ile ilgili ortaya çıkan etik sorunların en önemlisinin propagandanın her zaman sponsoruna yarar sağlayan asimetric bilgi alışverişini içermesi olarak görür (Snow,2012). Snow'a (2012) göre, kamu diplomasisi, insani etkileşimi propagandadan çok daha az manipülatif yollarla merkeze koyar. Snow (2012), kamu diplomasisini yalnızca propaganda için kibar bir ikame olarak görmez, aynı zamanda günümüz diplomatları için bir araç olarak da düşünür.

Kamu diplomasisinin propagandadan tamamen farklı olduğunu iddia eden bilim insanlarına göre en büyük farklardan bir diğeri, kamu diplomasisinin propagandanın aksine doğru bilgiyi yaymak için uğraştığıdır. Fakat literatürde birçok bilim insanı propagandanın doğrudan yalan bilgi ile eşleştirilmemesi gerektiğini düşünmektedirler. Auerbach ve Castronovo'ya (2013:5) göre propaganda doğası gereği şeytani ya da ahlak dışı değildir. Etkili olmak için, propaganda zengin ve duygusal bir kapsamda olmalı, olumsuz duyguların aksine, daha olumlu duyguları faaliyetlerine dahil etmelidir (Auerbach ve Castronovo,2013:10). Bu düşünce propagandanın tamamen kötülük ve nefret yaymak için kullanılan bir olgu olmadığını göstermektedir.

Cull ve Mazumdar (2014:329), 1965 yılından itibaren ABD'de, USIA ve VOA'nın propagandadan uzak durduğunu ve tarafsızlığı vurgulayan yeni bir yaklaşımın ortaya çıktığını iddia etmektedir. Batı'nın Soğuk Savaş propagandası, uygulayıcıların sahip oldukları ölçsüz söylemlerin değer kazandırmadığının yanı sıra, izleyicileri dinleme, yaklaşımlarını gerçeğe dayandırma ve diyalog ve karşılıklı bilgilenmeyi öğrendikleri bir öğrenme süreci haline gelmiştir (Cull ve

Mazumdar,2014:335-336). Nicholas Cull ve Cowan ise yaşanan büyük savaşların yeni kelimeler ile tanışmamıza neden olduklarını belirtmektedir. Örneğin, Birinci Dünya Savaşı bize kamufraj kelimesini, İkinci Dünya Savaşı Blitzkrieg ve Kamikaze'yi, Soğuk Savaş çevreleme ve caydırıcılık gibi kelimeleri öğretirken, 2001 yılında Amerika'da gerçekleşen 11 Eylül saldırıları ise "Teröre Karşı Savaşı" gündeme getirmiş ve kamu diplomasisi gibi terimlere önem kazandırmıştır (Cull ve Cowan,2008:6). Onlara göre bu tür yeni kelimeler genellikle eski bir konseptte yeni bir isim eklemektedir ve özellikle kamu diplomasisi kavramı uzun yıllardır kullanılmakta olan çok sayıda iyi kurulmuş, hatta eski olan etkinlikleri kapsamaktadır (Cull ve Cowan,2008:6).

Cull ve Cowan'ın üzerinde durduğu bu eski ve birbiriyle örtüşen etkinlikler bazı bilim insanları için propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki benzerliğin ortaya konmasında kullanılmıştır. Alleyne (2003:177), İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda birçok propaganda kurumunun şimdi bile tanınamayacak ölçüde kurumsallaştığını savunmaktadır. Bu kurumların arasında British Council, USIA, Japonya Vakfı, BBC ve Goethe Enstitüsü yer almaktadır. Uluslararası anlayışı geliştirmek için bu kurumlar, aslında ulus devletlerin halkla ilişkilerini yürüten ve dış ülkelerde onlar adına kamuoyu ve pazar kazanmaya çalışan araçlardır (Alleyne,2003:14). Bu ülkeler, iyi görüntülerini korumak için uluslararası radyo ve televizyon hizmetlerini, eğitim değişim planlarını ve dil eğitim programlarını sürdürmektedirler.

Aynı zamanda devlet destekli veya devletin finansör olduğu uluslararası yayınların devletlerinin çıkarlarını gözetme riski de bulunmaktadır. İnsanlar, özellikle bilgilerin devlet tarafından kontrol edildiği ülkelerde yabancı yayınları dinlerler ve bu istasyonları yerel medyasından alamadıkları haberlerin güvenilir bir alternatifi olarak görürler (Elliot,2002). Bu gibi durumlar daha çok bilgilendirici aktiviteler olarak tanımlanmaktadır. Ülkeleri başka bir ülke hakkında bilgilendirmek olarak görülebilen kamu diplomasisi faaliyetleri söylendiğinin aksine zaman zaman bu nosyonunu aşabilmektedirler. Jowett ve O'Donnel'e göre propaganda yapıcı, kitleleri bunun yalnızca bilgilendirme süreci olduğuna ikna etse bile burada asıl önemli olan kamu diplomasisi faaliyetinde bulunan ülkenin çıkarlarıdır. Bu bilgilendirici iletişim şeklinde propagandacının amacı karşılıklı bir anlayış geliştirmek değildir, aksine bilgi

akışını kontrol etmek ve bilgilendirici iletişim yoluyla algıları şekillendirerek kamuoyunun görüşünü yönetmektir (Jowett ve O'Donnel,2012:44-45).

Kamu diplomasisi, diğer ülkelerin insanları ile ilişki kurmak, onların ihtiyaçlarını anlamak ve yanlış algıların düzeltilmesi ile ilgilidir. Ancak devletler tarafından duyulmak istenilmeyen şeylerin duyulmamış gibi davranılması başarılı bir diplomasi gerçekteştirilmesini zorlaştırmaktadır (Leonard ve diğerleri,2002:46). Berridge (2015:200) de bu görüşe benzer bir şekilde, Melissen tarafından oluşturulan yeni kamu diplomasisinin diyalog anlayışını, yabancı toplumların isteklerini dinlemenin söylediklerine eşit ağırlık vermekten daha farklı bir şey olduğunu belirterek eleştirmektedir.

Berridge (2003:218) "Diplomasi Sözlüğü" adlı kitabında kamu diplomasisini diplomatlar tarafından yürütülen, açık veya parlamenter diplomasi ile karıştırılmaması gereken ve propaganda için yirminci yüzyılın sonlarında ortaya çıkmış bir terim olarak tanımlamaktadır. Berridge'in bu tanımlamalarından, devletlerin propaganda kelimesini kullanmayı terk etmelerinin, propaganda kavramının tanımı içine giren faaliyetleri de terk etmeleri anlamına gelmeyeceği düşüncesi çıkmaktadır. Berridge (2015:198) bu doğrultuda kamu diplomasisini yabancı kamuya yönlendirilen beyaz propaganda faaliyetleri için modern bir isim olarak görmektedir. Çoğu hükümet benzer yöntemlere başvurmasına rağmen, kamuoyunda propaganda yaptıklarını itiraf etmemektedirler (Berridge,2015:198). Berridge'e benzer şekilde John Brown (2012) kamu diplomasisinin bazı faaliyetlerinin propagandacı olmadığını fakat bazılarının özellikle eğitimsel ve kültürel değişim programlarıyla birlikte beyaz propaganda olduğunu düşünmektedir.

İki kavramın birbirine benzer olduğunu iddia eden literatür genel olarak bu argümanları öne sürmektedir. Bir sonraki bölümde iki kavramın birbirinden farklı olduğunu iddia eden bilim insanları ve argümanlarına yer verilecek, bu bölümün sonuç kısmında ise iki görüş hakkındaki argümanlar tartışılacaktır.

1.3.2.Propaganda ve Kamu Diplomasisi Kavramlarının Farklı Olduğunu İddia Eden Görüşler

Literatürde iki kavramın birbirinden tamamen farklı kavramlar olduğunu iddia eden çalışmalar yoğunluktadır. Bu çalışmaların savundukları ortak noktalar ise; kamu diplomasisinin iki yönlü bir iletişim şekli olduğu ve uzun vadeli bir iletişim hedeflediğidir. Zaharna'ya (2010:78) göre, iletişim perspektifinden bakıldığında hem propaganda hem de kamu diplomasisi, bir hükümetin yabancı izleyiciyi bilgilendirmek ve etkilemek için kullanabileceği ikna edici araçlardır ve ikisi arasındaki ayrım şeffaflık ve kontrol derecelerinde yatmaktadır. Zaharna, propagandada iletişimin kasıtlı bir şekilde yönlendirildiğini ve izleyicilerin mesajı kabul etmek zorunda kaldıklarını savunmaktadır. Propagandayı zorlama, aldatma ve tek taraflı bir iletişim olarak tanımladıktan sonra, kamu diplomasisinin ise propagandanın tersine açık bir iletişim şekli olduğunu ve insanların iletişimi kabul edip etmemekte özgür olduklarını savunmaktadır (Zaharna,2010:78). Bu durumda kamu diplomasisi faaliyetleri içerisinde toplum tarafından algılanacak herhangi bir zorlama ya da yalan durumunda kamu diplomasisi etkinliği propagandaya dönüşecek ve başarısızlıkla sonuçlanacaktır.

Zaharna, (2010:78) devletlerin propagandayı ve kamu diplomasisini yabancı toplumları bilgilendirme ve etkileme için kullanabilecekleri bir ikna edici araç olarak görmektedir. Bağlam, bir hükümetin ne zaman ve nerede kamu diplomasisi veya propaganda kullanması gerektiğini büyük ölçüde belirlemektedir (Zaharna,2010:78). Fakat bu durumların ötesinde kamu diplomasisini güvenilirlikle eşdeğer tutmakta ve ikna edici değerinin güvenilirliğine bağlı olduğunu düşünmektedir. Kamu diplomasisi ve propaganda faaliyetlerinde en önemli araç uluslararası radyo ve televizyon yayınlardır. Zaharna, hükümet destekli yayınların genellikle propaganda olarak görüldüğünü, ancak burada propagandanın iki önemli özelliğinin gözden kaçırıldığını düşünmektedir. İlki, propagandada kaynak genellikle gizli ya da tam olarak belli değildir ancak devlet destekli yayınların kaynağı kolaylıkla tanınabilmektedir (Zaharna,2010:143). Zaharna'ya göre, hükümet tarafından yayınlanan yayınlarda eksik olan ikinci bir propaganda unsuru zorlamadır. Yabancı yayın tek bilgi kaynağı olmadığı sürece, halk mesajı kabul etmekte veya kanalı değiştirmekte özgürdür (Zaharna,2010:143). Fakat Zaharna (2010:143) aynı zamanda, uluslararası yayınların

sponsor olan ulusun görüşlerini açıkça ya da dolaylı olarak bilgi içeriğinin seçimi, tonu ve ifadesiyle yansıtmaya meyilli olduğunu kabul etmektedir.

Yeni kamu diplomasisi kavramının yaratıcısı olan Jan Melissen'e (2007:3) göre ise, kamu diplomasisini eski bir etkinlik için yeni bir kavram olarak görme düşüncesi birçok insana cazip gelmektedir. Melissen, başka bir devletin yabancı halklara yönelik olan resmi iletişiminin uluslararası ilişkilerde yeni bir fenomen olmadığını düşünmektedir. Aynı şekilde Cull (2010:12) devletlerin yüzyıllarca yabancı halklarla ilişki kurmaya çalıştığını, kamu diplomasisinin temel uygulamaları olan dinleme, savunuculuk, kültürel ve değişim diplomasisi ve hatta uluslararası yayıncılığın, Avrupa ve Asya devletlerinde derin köklere sahip olduğunu savunmuştur. Melissen (2007:18) bu tarihsel yakınlığa ek olarak, kamu diplomasisinin, insanları ne düşünmeleri konusunda ikna etmeye çalıştığında propagandaya benzediğini ancak kamu diplomasisinin insanların söylediklerini dinlemesi anlamında temelde propagandadan farklı olduğunu düşünmektedir.

Gullion için kamu diplomasisi terimi, içinin iyi olan anlamlarla doldurulmasına yetecek kadar yeni bir kavramdır ve bu yeni kavram Amerikalılar için olumlu birçok özelliği içinde barındırmaktadır. Cull'un (2010:12) deyiimiyle "*Amerikalılar artık kamu diplomasisi yaparken, komünistler propaganda yapmaktadırlar*". Aynı zamanda, kamu diplomasisinin yumuşak gücü kullanma mekanizması olabildiğini ancak yeni kamu diplomasisinin bir aktörü olarak görülen yumuşak güç kavramının kamu diplomasisi ile aynı şey olmadığını düşünmektedir (Cull,2009b:15).

Herhangi bir devlet yumuşak güce sahip olmasa bile kamu diplomasisi faaliyetleri yürütebilmektedir. Kavramın dezavantajı, Nye'in istediğini elde etmek için bir mekanizma sunmasıdır ve her uluslararası diyaloga yalnızca istediğini elde etmek için giren bir devlet fikri stratejik bir anlam ifade etmekte ve çekicilik üretmemektedir (Cull,2009b:15). Bu durum propagandanın tek taraflı çıkar odağına daha fazla uymaktadır. Cull'a (2003:327) göre, kamu diplomasisi teriminin kendisi bir şekilde propagandadır, ancak USIA ve VOA gibi kurumların faaliyetlerini tanımlamak için propagandanın olumsuz çağrışımlarından kaçınılmak istenmiştir. Fakat kamu diplomasisini tek yönlü bir iletişim olarak görmemekte (Cull,2003:327) ve propaganda ve kamu diplomasisinin etki ile alakalı kavramlar olduğunu belirtse de kamu diplomasisinin propagandadan farklı olarak özellikle yeni kamu diplomasisi anlayışı

ile birlikte artık iki taraflı bir iletişim haline geldiğini savunmaktadır (Cull,2010:12). Bu nedenle yeni kamu diplomasisi artık yalnızca tek bir tarafın kendini tanıtmayı ve isteklerini ön planda tutması işlemi olmak yerine iki tarafın da birbirini dinlediği bir iletişim şekli olarak tanımlanması nedeniyle propagandadan farklı bir etkinlik olarak görülmektedir.

Cull'a (2013a:125) göre kamu diplomasisi teriminin 1965'te dış politikanın yabancı halklarla etkileşime girmesi anlamını kazanması nispeten yeni olsa da etkinlik aslında devlet idaresi kadar eskidir. Nicholas Cull (2008:31-32) anlamı yeni olsa da eski bir etkinlik olarak adlandırdığı kamu diplomasisi uygulamalarını beşe ayırmaktadır: dinleme, savunuculuk, kültürel diplomasi, değişim ve uluslararası radyo ve televizyon yayıncılığı. Cull'a göre bu beş uygulama kamu diplomasisinin propaganda ile farkını da ortaya koymaktadır. Bu noktada kamu diplomasisinin farkını gösteren ve en önemli kamu diplomasisi uygulaması dinlemedir. Cull (2008:32) dinlemeyi, bir aktörün yabancı halkların görüşleri hakkında veri toplayarak ve bu verileri politikasını veya daha geniş kamu diplomasisi yaklaşımını yönlendirmek için kullanarak harmanlama girişimi olarak tanımlamaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetleri yürütülürken, karşı taraftaki ülkenin isteklerini, düşüncelerini dinlemek esastır. Bu özelliği ile kamu diplomasisi faaliyetleri başarı sağlamaktadırlar.

Kamu diplomasisinde savunuculuk ise, bir aktörün belirli bir politikayı, fikri ya da çıkarlarını tanıtmak için uluslararası bir iletişim faaliyeti gerçekleştirmesidir (Cull,2008:32). Savunuculuğun unsurları kamu diplomasisinin tüm alanlarında bulunabilmektedir (Cull,2009b:19). Kültürel diplomasi ise bir aktörün kültürel kaynaklarını yurtdışındaki halka aktararak uluslararası çevreyi yönetme çabasıdır (Cull,2008:33). Özellikle kültürel kurumlar ile sağlanan bu faaliyetlerde kurumlar savunuculuk rollerine de sahiptirler. Ancak savunuculuk rollerine duyulan rahatsızlık bazı kültürel diplomasi örgütlerinin kendilerini bu terimden ve ayrıca kamu diplomasisi teriminden uzaklaştırmasına yol açmıştır (Cull,2008:33). Örneğin; British Council kendisini "kültürel ilişkiler" ajansı olarak tanımlamayı tercih etmektedir ancak temel araçları ve hedefleri hem kamu hem de kültürel diplomasinin tanımına girmektedir (Cull,2009b:20). Bazı bilim insanları kamu diplomasisini savunuculuk olarak tanımlanan çalışmalarla sınırlandırmaktadır ve bu nedenle kültürel

diplomasiinin kamu diplomasisinden tamamen dışlanmasını desteklemektedirler (Cull,2008:33).

Değişim diplomasiisi, bir aktörün vatandaşlarını yurtdışına göndererek ve yurtdışındaki vatandaşları karşılıklı olarak kendi ülkesine çalışma ya da eğitim için kabul etmesi faaliyetidir (Cull,2009b:20). Bu tek yönlü bir süreç olarak kavramsallaştırılabilirken (Öğrencilerim yurtdışına çıkacak ve ülkem ne kadar harika olduğunu söyleyecek; öğrencileriniz buraya gelecek ve ülkem ne kadar harika olduğunu öğrenecek) karşılıklı esasına dayalı olarak her iki tarafın da faydalandığı ve dönüştürüldüğü bir süreç amaçlanmaktadır (Cull,2008:33). Uluslararası radyo ve televizyon yayıncılığı ise radyo, televizyon ve internet teknolojileri aracılığıyla yabancı halklar ile iletişime geçmek için kullanılan bir diğer unsurdur (Cull,2008:34). Bu unsurların başarılı bir şekilde kullanılması hem kamu diplomasiisinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesine neden olmakta, hem de kamu diplomasiisini propagandadan ayırmaktadır.

Nye (2005:107), bilgi edinme ve olumlu bir imaj satmanın kamu diplomasiisinin bir parçası olduğunu ancak kamu diplomasiisinin propagandadan farklı olarak hükümet politikaları için uygun bir ortam yaratan uzun vadeli ilişkiler kurmayı içerdiğini belirtmektedir. David Welch (2003:xx) de uzun vadede propagandanın daha az etkili olduğunu çünkü izleyicinin temel varsayımları sorgulamak için hem zamanı hem de fırsatı bulunduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda bir ülke propaganda faaliyetinde bulunduğu anda yalnızca küçümsenmekle kalmamakta, bu durum güvenilir itibarını zedeleyip yumuşak gücünü de azaltmaktadır (Nye,2019). Nye'in bu düşüncesine göre, bu olumsuz sonuca ulaşmamak için de devletlerin propaganda yapmak yerine daha farklı yollar denemesi gerekmektedir. Bu durumda Nye (2019) için en etkili propaganda, propaganda değil, insanlar arasında iki yönlü bir diyalogdur.

Nye (2008:95), yumuşak gücün demokratik politikaların temelini oluşturduğunu savunmaktadır. Ancak Tuch (1990:5), kamuoyunun hükümetlerin eylemleri üzerindeki etkisinin demokrasilerle sınırlı olmadığını savunmaktadır. Tuch'a (1990:5) göre totaliter devletler de dahil olmak üzere tüm devletler kamuoyunun gücünü önemserler ve demokrasilerin aksine, kamuoyunun etkisinden korkarlar. Bu nedenle yalnızca demokratik devletler değil, totaliter devletler de yabancı halklar ile iletişim kurarak dolaylı olarak hükümetlerini etkilemeye çalışırlar. Örneğin, Naziler, 1943

yılında İzmir’de gerçekleşen fuarda özellikle kitle iletişim araçları ile birlikte Türk kamuoyuna ulaşım sağlamış ve onlara Alman çalışkanlığının gösterilmesi konusunda fuarı ustaca bir propaganda hamlesine dönüştürmüştür (Glasneck,1976:30). Aynı zamanda yabancı halklar üzerinde de üstün bir Alman ırkı düşüncesini aşılama gayretine girmişlerdir. Bu çabalarda Naziler propaganda yöntemlerini kamu diplomasisinin gereksinimlerine uyarlamış, özellikle İngiliz ve Amerikalı dinleyicilere yönelik olan radyo programlarını kullanarak, bazen yabancı bir halkla hükümetinin arasını açmaya, bazen de yumuşakça davranmaya çalışmışlardır (Seib,2012:113).

Irina Misyuk da iki kavramın bilgi çağında birbiri ile ilişkisini incelemiş ve sonucunda iki kavramın birbirinden çok farklı kavramlar olduğunu savunmuştur. Misyuk, (2013:76), temel olarak nötr bir kavram olan propagandanın geçmişteki düşmanca bilgi kampanyalarının bir sonucu olarak insanların zihninde ve politik söylemde negatif bir anlamı çağrıştırdığını kabul etmektedir. Fakat Berridge’in kamu diplomasisini beyaz propagandaya benzetmesine, kamu diplomasisinin amacının bir ülkenin değerleri, politikası, kültürü hakkında anlayışı artırmak, devletler arasında stabil bir güven ve dürüstlük ilişkisi kurmak olduğu argümanı ile karşı çıkmaktadır (Misyuk,2013:76). Aynı zamanda literatürde sık sık beyaz propaganda olarak adlandırılan ve önemli kamu diplomasisi enstrümanları olarak gördüğü kültürel değişimler ve eğitim programları gibi aktivitelerin propagandayla bağının güçsüz olduğunu savunmaktadır (Misyuk,2013:77). Bu programların Jan Melissen’in de üzerinde durduğu gibi, iki yönlü bir iletişim şekli olduğunu, yalnızca tek bir tarafın kendisini anlattığı bir süreç olmadığını savunmaktadır (Misyuk,2013:77).

SONUÇ

Literatürde propaganda ve kamu diplomasisinin birbirinden farklı kavramlar olduğunu iddia eden çalışmaların fazlalığına rağmen iki kavramın da tanımlarında net bir çizginin çizilemediği görülmektedir. Tanım konusunda yaşanan bu karmaşa, kavramların sınırlarının tam olarak belirlenememesine ve dolayısıyla iki kavramın da hangi tür etkinlikleri kapsadığı sorununun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda bilim insanları tarafından yapılan farklı tanımlara bakılınca amaçları, yöntemleri ve kullandıkları araçlar bakımından iki kavramı birbirinden ayıran çizginin oldukça ince olduğu görülmektedir.

Literatürde propagandanın yalan bilgi ile eşdeğer tutulması ve kötü olan birçok şeyin propaganda olarak görülmesi bu nedenle de propagandadan farklı olarak bir iyilik ürünü olarak sunulan kamu diplomasisinin propagandadan ayrıldığı savunulmaktadır. Fakat iki kavram arasında bir bağ olduğunu düşünen bilim insanları propagandanın yalnızca yalan bilgidен oluşmadığını iddia etmektedirler. David Welch'e göre, propaganda saf kötülük anlamına gelmemektedir. Welch (2003:xv) bu düşüncesine örnek olarak antik Yunanlıların, ikna edilmeyi bir söylem biçimi olarak görmelerini göstermektedir. Aynı zamanda propagandayı uygulayan kaynağın genellikle kendini gizlediğine dair bir görüşün varlığı da mevcuttur. Bununla birlikte bu görüşe göre kamu diplomasisi faaliyetlerini uygulayan uygulayıcılar kendilerini gizleme gereği duymazlar. Ancak propaganda da kaynak kendisini her zaman gizlemez. Aksine beyaz propagandada ve kısmen de olsa gri propagandada kaynak kendini belli eder. Önemli olan yukarıda da belirtildiği üzere kaynağın asıl propaganda hamlesine karşı hedef kitlenin öncelikle psikolojik alt yapısını oluşturmasıdır. Kaynak öncelikle kendisi ve hedef kitle arasında bir güven ilişkisi oluşturur ve bu güven ilişkisinin gelecekte bir noktada kendisine yarar sağlayacağını bilir.

Ellul'ün üzerinde durduğu sosyolojik propaganda kavramı da bir bakıma kamu diplomasisi faaliyetleri ile eşdeğer görünebilir. Hiçbir propagandacı bu yöntemi kasten kullanmamaktadır, birçoğu istemeden uygulasa da farkında olmadan bu yönde eğilim göstermektedir (Ellul,1973:64). Başlangıçta bir propaganda kastı taşımayan bu tarz faaliyetler zamanla propagandaya dönüşmektedirler ve hedef ülke bazen bunun propaganda olup olmadığını farkına varamamaktadır. Çünkü bu tarz bir propaganda yöntemi herhangi bir propaganda yapıldığı fark edilmeden yayılmaktadır. Sosyolojik propaganda aynı zamanda kamu diplomasisi gibi uzun vadeli bir amaç hedeflemektedir. Bu bakımdan da sosyolojik propaganda özellikle kültürel alanda faaliyet gösteren kamu diplomasisi çalışmalarına benzerlik göstermektedir.

Literatürde kamu diplomasisi iki yönlü bir iletişim biçimi olarak sunulmuş ve yalnızca tek bir tarafın kendi düşüncelerini ve isteklerini dayattığı propagandadan bu özelliği ile ayrıldığı savunulmuştur. Yumuşak güç ve yeni kamu diplomasisi kavramları ile kamu diplomasisinin propagandaya benzer olan özelliklerinin giderilmeye çalışıldığı görülmektedir. Ancak bu durum iki kavram arasında bir bağ mı bulunuyor sorularının daha da derinleşmesine neden olmaktadır. Yeni kamu

diplomasisi anlayışına göre kamu diplomasisi artık tek yönlü bir iletişim değildir. Aynı zamanda Nye (2019) en etkili propagandanın, propaganda değil, insanlar arasında iki yönlü bir diyalog olduğunu belirttiği yazısında, iki yönlü diyaloglara bir propaganda misyonu yüklemiştir. Bu açıklamasıyla Nye'a göre iki yönlü bir diyaloga girmenin en önemli amacı propaganda yapılıncı elde edilecek olan yararları sahip olmaktır. Bir diyaloga girerken yalnızca kendi yararını düşünmek ise propagandanın tek taraflı çıkar odağına uymaktadır.

John Robert Kelley (2009:73), kamu diplomasisi araştırmacılarının bilgi, etki ve izleyicinin katılımı olarak görülen genel faaliyet kategorilerini tanımada ortak bir zemin bulduklarını söylemektedir. Etki, propaganda amaçlı bir iletişim stiline karakteristiği olmasının yanı sıra gerçeğin manipülasyonu ya da yanlış bilgilendirmeye dair diğer durumlara da neden olabilmektedir (Kelley,2009:80). Böylece John Robert Kelley (2009:82) kamu diplomasisinin propaganda ile eşdeğer olmasa bile propagandacı iletişim tarzı gösterdiği durumların varlığını kabul etmektedir. Sonuç olarak yapılan literatür taraması neticesinde hem kamu diplomasisinin hem de propagandanın ikna edici ve manipülatif unsurlar içerdiği sonucu ortaya çıkmaktadır. İkna etme ve etkileme odaklı bir iletişim biçimi olarak kamu diplomasisi ve propaganda, bir ülkenin kendi yararına olacak şekilde başka ülkelerdeki insanlar üzerinde etki yaratmaya çalıştığı bir süreç olarak görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

NAZİ PROPAGANDASI ve ALMAN KAMU DİPLOMASİSİ LİTERATÜRÜ

GİRİŞ

1939 yılında Almanya’da hakim ideoloji olan Nasyonal Sosyalizm, sahip olduğu agresif parti programı ve yayımcı amaçları ile İkinci Dünya Savaşı’nın başlamasına neden olmuştur. Nasyonal Sosyalistlerden önce de diğer devletler tarafından bir siyasal iletişim şekli olarak kullanılan propaganda, bu dönemde Fransa, İngiltere, Sovyetler Birliği, ABD ve Nazi Almanyası tarafından çok daha sistemli ve yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Rejimin savaşı başlatması ise propaganda faaliyetleri için geniş bir havza oluşturmuştur (Kallis,2006:93). Özellikle radyo, İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında zamanla kitlesel ikna yöntemi olarak sıklıkla kullanılmaya ve Nazi propagandasının en önemli aracı olmaya başlamıştır.

Çalışma, literatürde Alman kamu diplomasisi ve Nazi propaganda faaliyetlerinin karşılaştırıldığı ilk çalışma olacaktır. Her ne kadar literatürde iki dönemin farklı olarak incelendiği çalışmalar mevcut olsa da aynı anda bir karşılaştırmanın yapıldığı çalışma bulunmamaktadır. Literatürdeki eksiklik nedeniyle tezin bu bölümünde iki dönem ayrı ayrı ele alınacaktır. Aynı zamanda bu bölümde bazı eserlerde nadiren de olsa adı geçen Teutonia Kulübü ve Türkiye’deki faaliyetlerine neredeyse hiç değinilmeyen Alman Akademisi üzerine yoğunlaşarak literatürdeki bu eksiklik giderilmeye çalışılacaktır. Bu amaçla, öncelikle ilk bölümde Nazi propagandasının literatürde nasıl görüldüğü açıklanmakta, literatürün Nazi propagandası konusunda odaklandığı ülkeler¹⁰ ve yapılan propaganda faaliyetleri hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde ise Federal Almanya’nın kamu diplomasisi faaliyetleri ve bu konu hakkında literatürde yapılan çalışmalar üzerinde durulmaktadır. Yapılan literatür taraması sonucunda Nazi

¹⁰ Türkiye özel bir alt başlıkta incelenecektir.

propagandasının genel bir ajandaya sahip olmadığı ve hedef ülkelerin ekonomik ve siyasi yapısına göre propagandaların değişiklik gösterdiği görülmektedir. Nazi Almanyası literatürü incelendiğinde büyük oranda kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilen ve çoğunlukla tek yönlü bir iletişim şekli benimsenmekle beraber diyaloga benzeyen propaganda faaliyetleri göze çarpmaktadır. Aynı şekilde Federal Almanya'nın kamu diplomasisi de kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve literatürde kamu diplomasisinin gereği olan diyalog anlayışının Almanya tarafından ne oranda gerçekleştirildiğinin kesin olarak bilinemediği sonucu ortaya çıkmaktadır.

2.1.Dünya Geneline Nazi Propagandası

Sıradan vatandaşların buldukları devletlerin kararlarını dolaylı bir şekilde etkileyecek güce sahip olmaya başlamaları uluslararası sistemde önemli bir konuma gelmelerine neden olmuştur. Nazi Almanyası da yabancı toplumları ve böylece dolaylı olarak hükümetlerini etkileyerek dış politikada kendi çıkarına uygun olarak hareket etmeyi amaçlamıştır. Bu noktada Nazi Almanyası'nın odaklandığı ülkeler dönem içerisinde işgal altında olan bölgeler ve Nazi Almanyası tarafından düşman olarak görülen devletlerdir (Welch,2017:22). Kallis (2006:131), Nazi rejiminin söylemlerine olumlu bir Avrupa boyutu getirmek, Stalinist rejimin yaydığı güvensizlikten yararlanmak ve politikalarını asil bir savunma mücadelesi olarak sunmak amacıyla Reich'in dışındaki tarafsız (İspanya, İsveç) ve düşman (İngiltere) ülkelere yönelik propaganda faaliyetlerinde bulunduğunu belirtmiştir. Bu nedenle literatür bu ülkelerdeki ve aynı zamanda stratejik olarak önemli olan ve savaş sırasında tarafsız durumda bulunan ülkelerdeki propaganda çalışmaları üzerinde durmuştur.

Nazi Almanyası yabancı halklarla iletişim kurarken dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan radyoya büyük önem vermiştir. Bunun en önemli sebeplerinden biri Kallis'in (2006:31) de açıkladığı gibi iletişim potansiyeli açısından radyo televizyon yayıncılığının, basına kıyasla daha az esnek ve daha geniş kitlelere ulaşabildiği için çok daha yönlü olmasıdır. Aynı zamanda totaliter bir entegrasyon ve manipülasyon aracı olarak tanımladığı radyo yayıncılığının önemli bir potansiyele sahip olduğunu, merkezi olarak koordine etmenin ve düzenlemenin de oldukça kolay olduğunu belirtmiştir (Kallis,2006 :31). Radyo dönem içerisinde önemli bir siyasal

iletişim aracına dönüşmüş ve yalnızca Nazi Almanyası tarafından değil, birçok ülke tarafından bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

Radyo aracılığıyla uygulanan Nazi propaganda faaliyetlerini konu alan en önemli eserlerden biri, Doherty'nin Nazi radyo propagandasını "Lord Haw-Haw" takma adıyla İngiltere'de bir propaganda aracı olarak kullanan William Joyce'u anlattığı eserdir. Doherty'e göre (2000:5), Hitler uzun zamandan beri Almanya'yı Avrupa ve dünya siyasal gücü haline getirme konusunda Britanya'nın kilit ülke olduğunu düşünmekteydi. Bu nedenle Nazi Almanyası Britanya hükümetinin ve halkının fikirlerini etkileme konusunda özellikle radyo aracılığıyla İngiltere üzerinde etkili olmaya çalışmıştır. Bu noktada literatür, William Joyce'un Almanya'dan İngilizce olarak yaptığı Nazi propagandası niteliğindeki radyo yayınları ile ilgilenmiştir (Selwyn,1993; Martland,2003; Kenny,2008; Doherty,200). Joyce, "Germany Calling" adlı radyo programı ile İngiliz halkının kendi hükümetlerine olan güvensizliğini kışkırtmaya çalışmıştır.

Literatürde ön plana çıkan örnek olay incelemelerinden bir diğeri ise Hindistan'a yönelik propaganda faaliyetleridir. O dönemde İngiltere'nin bir kolonisi olan Hindistan'da uygulanan Nazi propaganda faaliyetleri konusunda iki önemli çalışma öne çıkmaktadır. İlk olarak, D'souza'nın çalışmasına göre (2000:77), Gandhi'nin önderliği altındaki ulusal hareketin canlılığını kaybettiği bu dönemde Naziler, Hindistan'daki Nazi temsilcileri aracılığıyla Alman ticari çıkarları ve ideolojilerini Hindistan nüfusunun belli bölümlerine yaymaya çalışmışlardır. 1933 yılından 1939 yılına kadar Hindistan'da aktif bir şekilde bulunan Nazi propagandacıları gazete yoluyla doğrudan propaganda çalışmalarında bulunmuşlardır (D'souza,2000:88). Bu doğrultuda yayınlanan gazetelerdeki haberlerin ve söylemlerin bir düşman yaratma üzerine odaklandığı görülmektedir.

Hindistan'da doğrudan Nazi propagandası yapan gazeteler; Spirit of the Times, Salar-e-Hind, Princely India, Karnataka Bandhu, Lokhandi Morcha and Trikal gibi İngilizce ve Hintçe yayınlanan yerel neşriyatlardır (D'souza,2000:82-87). İkinci olarak, Aafreedi (2014:15), Nazi propagandalarının Hindistan'daki milliyetçiliği körüklemeye çalıştığını vurgulamaktadır. Buna göre, tıpkı Almanya'nın Yahudilere değil sadece Almanlara ait olması argümanı gibi, Hindistan'ın yalnızca Hintlilere ait

olduğu, Müslümanlara ait olmadığı propagandasının sıkça kullanıldığından bahsetmektedir.

Bunun dışında, Arap ülkelerindeki Nazi propagandası hakkında önemli bir çalışması bulunan Herf (2009:43), Hindistan ile benzer şekilde Arapları hedef alan propaganda niteliğindeki radyo yayınlarının birçoğunun amacının ortak bir düşman yaratmak üzerine olduğunu belirtmektedir. Araplara yönelik olan radyo yayınları genel olarak Arapların ve Almanların düşmanlarının İngilizler, Yahudiler ve Yahudileri destekleyen Amerikalılar olduğunu, yani düşmanlarının aynı olduğunu ve Araplarla Almanya arasında çıkar çatışması olmadığını vurgulamaktadır (Herf,2009:43). Nazi Almanyası bölgede özellikle radyo yayınları ile Arap kültürünü yüceltmiş (Arsenian,1948:421) ve ortak düşmanlardan biri olan İngilizlere karşı bölgede sabotaj ve İngiliz karşıtı ayaklanmaları teşvik etmeye çalışmıştır (Herf,2009:59). Başka bir deyişle, Alman propagandasının asıl amaçlarından biri, karışıklık ve mümkünse Arap dünyasında silahlı bir isyan yaratmaktır (Arsenian,1948:421). Almanya'dan yayınlanan radyo yayınları, Arap milliyetçi tutumlarını uyandırmak, güçlendirmek ve Müslüman dini duygulara hitap etmek için çok büyük bir çaba sarf etmiştir (Arsenian,1948:421).

Hirszowicz (2017:315) ise Nazi ırkçılığının en önemli özelliği olan anti-semitist düşüncenin Filistin'deki Yahudi-Arap ihtilafı nedeniyle bu ilişkileri pekiştirmeye meyilli olduğunu belirtmiştir. Bu ilişkide, 1939'un baharına kadar Almanlar, bölgede en etkili propaganda yöntemi olan radyo yayınlarıyla birlikte Arap basınına bilgi bültenleri sağlamaktan, Almanya'ya seyahatleri ve orada okumayı teşvik etmeye kadar birçok propaganda yöntemi kullanmıştır (Hirszowicz,2017:27). Bu faaliyetlere ek olarak karşılıklı bir şekilde ilişkiler iyileştirilmeye de çalışılmıştır. Örneğin Herf (2009:153), dönem içerisinde Berlin'de bir İslam Enstitüsü kurulduğunu ve Kudüs baş müftüsü ve Filistin lideri olan Hacı Emin el-Hüseyni'nin yaptığı açılış konuşmasında Yahudilere karşı duyduğu nefretin İslam anlayışında var olduğunu belirttiğini ve Nasyonal Sosyalizm ile İslam arasında bir bağlantı oluşturmaya çalışıldığını yazmıştır.

Literatürden anlaşıldığı üzere, yerel milliyetçiliğın özendirilip yabancı düşmanlığının körüklenmesi üzerine inşa edilen Nazi propagandası, uygulandığı ülkelere göre farklılık göstermiş ve oldukça pragmatik bir yol izlemiştir. Bu bağlamda, Hindistan'da Hindu milliyetçiliği övölüp, İslam düşmanlığı pompalanırken, Orta

Doğu'da ise Arap milliyetçiliği ve İslam övülmüş ve Yahudi düşmanlığı pompalanmıştır. Hedef toplumlarda sosyal ve siyasal kutuplaşmayı amaçlayan Nazi propagandası, aynı zamanda bu toplumlarda Almanya'nın üstün imajını oluşturmaya da önem vermiştir. Peñalba-Sotorrío (2012:59), Nazi propagandasının yabancı toplumlara etkilemek için iki büyük taktik kullandığını vurgulamaktadır: “*Hükümeti insanlardan ayır ve izleyiciye Almanya'nın siyasi, sosyal ve askeri açıdan ne kadar gelişmiş olduğunu sürekli hatırlat*”. Örneğin Nazi propagandası Polonya'da cehalet oranlarını düşürdüğünü, binlerce işçiye iş verdiğini, şehir ve sanayilerin yeniden inşasını başlattığını ve işgalden sonra Polonya'daki üretimi ve hijyen koşullarını iyileştirdiğini iddia etmiştir (Peñalba-Sotorrío, 2012:59).

Nazi propaganda uygulayıcıları aynı zamanda turizmi de bir propaganda aracı olarak başarılı bir şekilde kullanmışlardır. 1933'ten sonra Weimar'ın turizm sloganları neredeyse eksiksiz bir şekilde Nazi Almanyası tarafından kabul edilmiş, yaklaşımlar ve personel açısından da dikkate değer bir devamlılık bulunmuştur (Piller,2019:28). Nazilerin Alman turizmini yeniden düzenleme çabalarıyla birlikte Mart 1939'da Propaganda Bakanlığı içinde sorumluluk alanları taşımacılık meselelerinden turizm etkinliklerine kadar her şeyi kapsayan ayrı bir turizm departmanı kurulmuştur (Semmens,2005a:23). Gabler'e göre (1934, akt. Semmens,2005a:130), Almanya'da turizmin canlandırılmasıyla oluşturulmak istenen asıl düşünce yabancı toplumlara birer Nazi üyesi yapmak değil, aksine Nazi Almanya'sı hakkında kendi ülkelerinde yapılan kötü haberleri tersine çevirmektir. Bunun yanı sıra Naziler, Nazi Almanya'sını normal bir ülke olarak göstermeyi de amaç edinmişlerdir. Normal bir ülke olarak gösterme çabalarına ek olarak çeşitli ülkelerde vakıflar ve dil kursları aracılığıyla da Alman kültürünü yayma çalışmaları yapılmıştır.

Nazi Almanya'sı kendileri hakkında olumlu görüşlerin oluşturulması ve sürekliliğinin sağlanması amacıyla kültürel çalışmalara büyük önem vermiştir. Örneğin yurtdışında Alman dilini ve kültürünü yaymayı amaç edinen Alman Akademisi, İkinci Dünya Savaşı sırasında Avrupa'da 250'den fazla dil okulu ile Üçüncü Reich'in en büyük kültürel propaganda kurumuna dönüşmüştür (Michels,2004:207). Akademi başlangıçta Doğu, Orta ve Güneydoğu Avrupa'daki Alman azınlıkların teşvik edilmesi ile ilgilenmiş ancak 1930'dan sonra yurtdışında Alman dilinin tanıtımını amaçlayan Alman kültürü çalışmaları üzerinde durmuştur

(Michels,2006). 1934'ün başında Alman Akademisi'nin bünyesinde, altısı Yunanistan'da, dördü Yugoslavya'da, ikişer tane Bulgaristan, Türkiye ve Hindistan'da, birer tane İtalya, İsveç, Brezilya ve Irak'ta olmak üzere toplam 20 okutman bulunmaktadır (Michels,2005:91). Bu tarz kültürel etkinliklere ek olarak sinemada da Naziler iktidara gelmeden önce kendi filmleri için oldukça etkin bir dağıtım sistemi geliştirmiştir (Welch,2001:108). Bu örnekler, amaçları açısından kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki benzerliği vurgulamak adına önemlidir.

Yurt dışında bulunan Nazi kurumları içerisinde literatürde çok fazla değinilmeyen ancak önemli olan bir diğer kurum ise Teutonia'dır. Teutonia Türkiye'de ve Amerika'da etkili olmaya çalışmış, Nazi ideolojisine sahip bir kurumdur. Amerikan Nazi grupları, 1920'lerde Nasyonal Sosyalist Teutonia Derneği'ni kurarak kendilerini Amerikan kültürü içinde var etmeye çalışmışlardır (Wolf,2019:15). 1924 yılında kurulan ve Nasyonal Sosyalist etkiler taşıyan Teutonia ve 1933 yılında kurulan "Yeni Almanya Dostları" dernekleri ortak olarak ABD'de Alman dilini ve kültürünü geliştirme amacına uygun olarak hareket etmiştir (Kopp ve Kuhn,2010:17). Ancak Teutonia, ABD'de etkili bir örgüt olamamıştır. Fakat kulüp Fritz Gissibl, Heinz Spanknoebel ve Gissibl'in himayesindeki Fritz Julius Kuhn gibi liderler için bir eğitim alanı görevi görmesi nedeniyle oldukça önemlidir (Kopp ve Kuhn, 2010:19). Aynı zamanda kurulan örgütlenmeler çok fazla etkili olamasa da daha sonra Nazi'den etkilenen örgütlenmelere öncülük etmişlerdir (Kopp ve Kuhn, 2010:19).

Genel olarak odaklandığı ülkeler, stratejiler ve araçları belirtilen şekilde olan Nazi Almanyası, dönem içerisinde Türkiye'de oldukça geniş bir propaganda ağı kurmuştur. Bu konu hakkında literatürün odaklandığı konular bir sonraki bölümün konusunu oluşturmaktadır.

2.2. Türkiye'de Nazi Propagandası

Nazi Almanyası'nın Türkiye'deki propaganda faaliyetleri üzerine yazılan akademik çalışmalar genellikle şu konulara odaklanmaktadır: yazılı medya incelemeleri, dönem içerisinde EGM'ye bildirilen propaganda faaliyetleri hakkında derlemeler ve Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetlerinde bulunduğu üniversiteler ve vakıflar hakkında kısaca bilgi veren çalışmalar. Bu vakıflar içerisinde az da olsa

Türkiye'deki Teutonia Kulübünden bahseden çalışmalar olsa da tezin bir başka alt başlığı olan ve dönem içerisinde Alman dilini ve kültürünü yaymayı amaç edinen Alman Akademisi hakkında bir çalışma bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra üniversitelerde yürütülen propaganda faaliyetleri hakkında da derinlemesine incelenmiş bir çalışma mevcut değildir.

Naziler iktidara geldikleri 1933 yılından bu yana dış politikada Türkiye'yi etkileyebilmek için bir dizi propaganda çalışmasında bulunmuşlardır. Türkiye'yi etki altına almada ticari olarak onu bağımlı hale getirmek için büyük uğraşlar verilmiştir. Bu uğraşların bir sonucu olarak 1936'da Almanya'nın Türk ihracatındaki payı yüzde 51'e, ithalatındaki payı ise yüzde 45,1'e çıkmış ve Almanya Türk ekonomisinde tekel haline gelmiştir (Oran,2009:256). Türkiye'ye maddi yardım sürekli olarak devlet kurumları tarafından değil, aynı zamanda tanınmış Alman firmaları ve iş yerleri aracılığıyla da gerçekleştirilmiştir (Arsenian,1948:426). Aynı şekilde eğitim alanında da Türkiye'de bulunan öğrencilerin Alman ekolü altında eğitim görmeleri ve Almanya'ya olan bakış açılarının değiştirilmesi için de çalışmalar mevcuttur.

Literatür Nazilerin Türkiye'de bir propaganda merkezi olduğunu da belirtmektedir. Doğaner (2012:66) çalışmasında, Alman Nazilerinin Viyana'da bulunan merkezinin İstanbul'a nakledildiğini ve burada beş gruba ayrıldığını, oluşan ilk grubun görevinin bütün Nazilerin durumunu kontrol etmek olduğunu, ikinci grubunsa Türkiye'de Nasyonal Sosyalizm siyasetini aşılacak ve Türk-İngiliz dostluğunu bitirmek için kamuoyunu etkilemeye çalışmak olduğunu belirtmiştir. Teutonia Kulübünde kurulan dördüncü grup, Alman Nazi Gençlik Teşkilatını idare ederek gençler arasında mali, siyasi ve kültürel açıdan Nasyonal Sosyalist hislerin aşılması ve kontrolünü sağlayacak ve Avusturya'nın ilhaki sonrası Almanlar aleyhinde olan Avusturyalıları ikna ederek lehte faaliyetlere katılmalarını sağlayacaktır (Doğaner,2012:66). Beşinci grup ise basın yayın faaliyetlerini takip ederek gazete, dergi ve broşürlerin gereken propagandayı yapmasını sağlayacaktır (Doğaner,2012:66).

Literatürde Nazi Almanya'sının Türkiye'ye karşı uyguladığı propaganda faaliyetleri hakkında en önemli ve detaylı kaynaklardan biri Glasneck'in "Türkiye'de Faşist Alman Propagandası" adlı kitabıdır. Glasneck (1976:13), Türkiye'ye karşı uygulanan Nazi propagandasının temel yönünün anti komünizm olduğunu belirtmiştir.

Naziler büyük oranda kitle iletişim araçlarını kullanarak Türk halkı üzerinde komünizm tehlikesi üzerine bir etki yaratmaya çalışmışlardır. Almanlar aynı zamanda on beş dakikadan oluşan yedi adet Türkçe radyo yayını yaparak Türk halkını etkilemeye çalışmıştır (Arsenian,1948:425). Bunun yanı sıra Türkiye’de bulunan altı adet Alman haber servisi düzenli ve ücretsiz hizmet verdiği için, Türkiye’nin resmi haber ajansı olan Anadolu Ajansı’nın nispeten yetersiz hizmetiyle rekabet etmekte zorluk yaşamamıştır (Arsenian,1948:425).

Montrö’den İkinci Dünya Savaşı’na kadar Türk-Alman ilişkileri üzerine çalışması bulunan Güçlü (1999:68), dönem içerisinde özellikle Alman bakış açısını vurgulayan kitaplara ve Alman Türkische Post¹¹ gazetesine özel olarak destek verildiğini yazmıştır. Bunun yanı sıra Nazi Almanyası’nın Türkiye’de en önemli propaganda araçlarından biri olan Türkische Post gazetesi, Türkiye’nin yanında tüm Yakındoğu’ya ve Balkanlar’a da propaganda yapabilme fırsatı sağlamıştır (Dağlı,2017:525). Buna rağmen Glasneck’e göre (1976:31-32) basın ve radyo, propagandanın insan üzerinde geçici bir etki oluşturmasına neden olurken, bilimsel ve kültürel alanda uygulanan Nazi propagandası ile nispeten daha gizli faaliyetler yürütülmüş ve uzun vadeli bir sonuç elde edilmiştir. Aslında Nazi Almanyası’ndan önce de Almanya Türkiye üzerinde etki kurarken eğitim önemli bir propaganda aracı olarak görülmüştür.

Bu dönemde Almanların temel amacı Türk eğitim sisteminde Fransız etkisini kırarak kendilerininkini yerleştirmektir. Gerek Türkiye’de Alman tarzı eğitim faaliyetleri üzerine çalışmalar yapılmış, gerekse de Almanya’ya bursla öğrenci alınarak Alman kültürünün etkisi altına alınmaya çalışılmıştır. Örneğin, Almanya’ya eğitim görmeye giden Türk öğrenciler ve subayların Nazi etkisi altına girecek şekilde eğitim aldıkları ve ülkeye dönünce de bu etkiyi beraberinde getirdikleri belirtilmektedir (Doğaner,2012:69). Hariciye Vekaletine yazılan 26 Kasım 1940 tarihli bir yazıda, Hitler’in Mussolini ile görüşmesi sonrası İstanbul İtalyan

¹¹ Türkische Post gazetesi 1926 yılından 1944 yılına kadar Türk basınında görev yapmış ve Ankara’nın ilk Alman Büyükelçisi Rudolf Nadolny’nin girişimiyle kurulmuştur. Nazilerin iktidara gelmesiyle birlikte tamamen Nasyonal Sosyalist bir anlayış benimseyen gazete, Türkiye’de ve Bulgaristan’da Almanca yayın yapmasına rağmen büyük bir propaganda aracı olarak görülmüştür. Savaşın Almanya aleyhine sonlanacağı anlaşılınca 1944 yılında Türk Hükümeti tarafından kapatılmıştır. Bknz: Dağlı (2017,511-532).

mektebinden İtalya'ya giden öğrencilere Hitler ve Mussolini'nin büstleri ile gamalı haç ve rozetler verildiği, İtalyan okulu öğrencilerinin faşist teşkilata girmeye mecbur tutularak birer faşist olarak yetiştirildikleri, bu bağlamda on yıldan beri öğrencilerin her yaz başka ülkelerden gelen çocuklarla İtalya'da kampa alınarak askeri talimlerin yanında faşizmi nasıl propaganda yapacakları, nasıl haber taşıyacakları gibi konuların öğretildiği bilgisi verilmiştir (B.C.A, 33.166.02, ss. 1-3, akt. Doğaner,2012:74).

Nazi Almanyası'nın Türkiye'de uyguladığı kültür politikası Ankara Yüksek Ziraat Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi ile Teknik Okul üzerine yoğunlaşmıştır (Glasneck,1976:38-39). İstanbul Üniversitesi, Almanya'dan ayrılmak zorunda kalan öğretim üyelerine, Ankara Yüksek Ziraat Enstitüsü ise Alman Hükümeti'nin görevlendirdiği öğretim üyelerine kadrolarında yer vermiştir (Kadıoğlu,2008:192). Yılmaz (2007:698), özellikle İstanbul Üniversitesi'ndeki doçentler arasında Naziliğe eğilimin güçlü olduğunu belirtmiştir. Bunun en büyük nedeni ise, profesörlerin çoğunluğunun Almanya'dan sınır dışı edilmiş kişilerden oluşması ve Türk akademisyenlerinin sınır dışı edilenlere verilen bu kadroların yükselmelerine ve kadro bulmalarına engel teşkil ettiğini düşünmeleridir (Yılmaz,2007:698). Aynı şekilde Almanya'dan Türkiye'ye göç etmiş olan hukuk profesörü Ernst Hirsch (1997:212) anılarını anlattığı kitabında yabancı profesörlere karşı kamuoyunda ve özellikle de basında sürdürülen, ayrıca bazı Türk profesörleri tarafından da kışkırtılan bir savaş açıldığını belirtmektedir.

Kültürel alanda yapılan propaganda çalışmaları için en önemli buluşma yerlerinden biri Teutonia Kulübü olmuştur. Literatürde Teutonia Kulübü hakkında derinlemesine yapılan araştırmaların sayısı oldukça azdır. Glasneck (1976:45), Teutonia'nın, 1847 tarihinde İstanbul'da bulunan Alman cam tüccarları tarafından kurulmuş bir Alman kulübü olduğunu yazmıştır. Wehr, (2009:140) dernek üyelerinin siyasi olarak Alman vatandaşı ve imparatora sadık olduklarını, fakat Nasyonal Sosyalist diktatörlük döneminde kulübün ağırlıklı olarak Nasyonal Sosyalist bir izlenim aldığını belirtmektedir. Guttstadt da (2008:42-43) propaganda toplantıları için bir merkez haline gelen Teutonia Kulübü'nde Nasyonal Sosyalist çizginin oldukça net olduğunu, hatta kulübün İstanbul şehir merkezindeki buluşma yerinin gamalı haç bayrağını dalgalandırdığından bahsetmektedir. Yalnızca İstanbul'da değil, aynı zamanda ABD'de de varlık gösteren bu kulüp ile Nazi Almanya'sı, sahip olduğu

ideolojiyi gerek bu ülkelerde yaşayan vatandaşlarına gerekse de bu ülkelerin vatandaşlarına aşılama çalışmıştır.

Naziler bir propaganda malzemesi olarak mimariyi de kullanmışlardır. Küçük (2018:23), özellikle Türkiye’de Alman mimarisinin ihtişamına ve mimarlarına dair gazetelerde övgüler yer aldığını yazmaktadır. Aynı zamanda açılan dil kursları ile Alman kültürü aşılama halk Almanya’ya seyahatlerde bulunmuştur (Kreiser,2016:148). Nazi propagandası için belirtilmesi gereken diğer bir konu da Türkiye’yi kendi siyasi görüşleri çerçevesi içine almak istemenin yanında kendi aralarında da Yahudi karşıtlığını pekiştirmeye devam eden tavrı sürdürmeleridir (Doğaner,2012:80-81).

Arsenian, (1948:427) Türkiye’de faaliyet gösteren Nazi propagandasının iki sebepten dolayı başarılı olamadığını iddia etmektedir: İlki, Türkiye’nin başından beri Alman ekonomik bağımlılığının altına girme korkusu, ikincisi ise, son derece açık coğrafi konumu gereği tarafsızlığını koruma politikasıdır. Ancak Nazi ideolojisinin yayılmasında büyük etkisi bulunan gazete yazıları¹² Türkiye’de birtakım Yahudi karşıtı olayların yaşanmasına da neden olmuştur (Bozkurt, 2012:204). Almanya’da Nasyonal Sosyalistlerin iktidara gelmesi, Türkiye’de de kısa bir zamanda yürütülen propaganda faaliyetleri ile Alman sempatisinin yayılmasına neden olmuştur (Doğaner,2012:72). Bu gibi olayların yaşanması aslında Nazi Almanya’sının Türkiye üzerinde planladığı propaganda faaliyetlerinin birçoğunda belli bir başarı yakaladığının bir göstergesi durumundadır.

Türkiye’deki Nazi propagandası hakkında bilgi veren literatürün odaklandığı konular genel olarak yukarıda belirtilmiştir. Bir sonraki bölümde, propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiyi daha net sorgulamak amacıyla Federal Alman Kamu Diplomasisi literatürü hakkında bilgi verilecektir.

¹² Bu gazetelere bir örnek olarak, Milli İnkılap Dergisi Türkiye’de antisemitizmi yaymaya çalışmıştır. Daha fazla bilgi için, bkz: Ali Karaca, Ferida Haboubi, “Avrupa Basınında ve Türkiye’de Bazı Yazarlara Göre Antisemitizm (1933-1946)”, *Türklük Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, Ocak 2018, 39 – 52.

2.3. Federal Almanya Kamu Diplomasisi Literatürü

Literatürde Alman kamu diplomasisi hakkında kapsamlı olarak incelenmiş kaynak sayısı oldukça azdır. Bunun en büyük sebeplerinden biri ise kamu diplomasisi kavramının Almancaya yeni eklenmesi ve kavramın tam olarak ne ifade ettiği konusunda bir karmaşa yaşanmasıdır. Sınırlı sayıdaki Alman kamu diplomasisi faaliyetleri hakkında kaynaklar daha çok Arap ülkelerinde uygulanan faaliyetler üzerine yoğunlaşmıştır. Bunun yanı sıra daha çok kültürel alanda uygulanan faaliyetler ve bu faaliyetleri yöneten ara kurumlara odaklanılmıştır. Vaka incelemelerine odaklanan çalışmalar bulunsa da Türkiye üzerine odaklanmış ve Türkiye'deki bir Alman vakfını hedef alan yalnızca bir adet yüksek lisans tez çalışması bulunmaktadır.¹³

İki Alman devletinin 1990 yılında yeniden birleşmesi, Almanya'nın dünyadaki konumunu güçlendirmiş ve uluslararası toplum içinde ve özellikle de Avrupa'da daha büyük bir sorumluluk üstlenmesine neden olmuştur (Auer ve Srugies,2013:23). Weimar Cumhuriyeti gibi, Federal Cumhuriyet de uluslararası saygınlığını ve imajını tekrar kazanma amaçlı faaliyetlerde bulunmaya başlamıştır (Hülsse,2009:296). Uluslararası saygınlığını yeniden kazanabilmek için de dış kültür politikasına ağırlık veren Federal Almanya, Nazi Almanyası'nın yarattığı olumsuz imajı silebilmek ve komşularıyla yakın bir ilişki sürdürebilmek adına barışçıl faaliyetler içerisine girmiştir. Ocak 1996'da 'Kültür, Ticaret ve Dış Politika' konulu bir konferansta konuşan, o zamanki Dışişleri Bakanı Klaus Kinkel dış kültür politikası söyleminde ilk kez pazarlama ve halkla ilişkiler konularını kullanmıştır (Hülsse,2009:298). Böylece Kinkel, kültürün ülkenin markasının bir parçasını olduğunu ve dış kültür politikasının "Almanya'nın reklamını yapmak" olduğunu belirterek bir tabuyu yıkmıştır (Hülsse,2009:298). Dış kültür politikasının yeniden gözden geçirilmesine neden olan bu olay sonrası kültür artık çıkar sağlayan bir araca dönüşmüştür. Bu nedenle kamu diplomasisine ağırlık veren Federal Almanya'nın faaliyetleri özellikle kültürel alanda günümüzde de oldukça yoğun bir şekilde devam etmektedir.

¹³ Çalışma için bkz: Kurt, Ömür, "The Network Governance Approach and the Activities of the Konrad Adenauer Foundation in Turkey", Middle East Technical University,2008

Auer ve Srugies, (2013:8) çeşitli aktörler tarafından uygulanan Alman kamu diplomasisi ile basmakalıp düşüncelerin ve önyargıların azaltılması, yurtdışında ülkenin olumlu imajının şekillendirilmesi ve sürdürülmesi, Almanya hakkında farkındalık yaratmak, bilgiyi arttırmak ve sempati uyandırmanın yanı sıra uzun vadeli ortaklıklar kurmanın amaçlandığını belirtmişlerdir. Almanya uzun süredir kültürel diplomasiye ve ürettiklerinin dünya çapında olumlu olarak algılanmasına odaklanan bir ülkedir (Ociepka,2014:5). Bu noktada Almanya, dünyada kamu diplomasisinin önemini kavramış ve bu yönde politikalar uygulayarak dünya kamuoyu üzerinde yumuşak gücü vasıtası ile etki kurmaya çalışan ülkeler arasında yerini almıştır.

Almanya için yabancı halklarla iletişim kurmak yeni bir faaliyet değildir. Örneğin Colvin (2014:442) 1936 Berlin Olimpiyat Oyunlarını modern tarihin gördüğü ilk politize edilmiş etkinlik olarak tanımlamaktadır. Olimpiyat Oyunları sırasında Nazilerin etkileyici teknik birikimlerinin yanında turistler için Berlin'in göz kamaştırıcı bir şekilde hazırlanması izleyenler üzerinde silinmez bir izlenim bırakmıştır. Bu açıdan 1936 Olimpiyat oyunlarına baktığımızda, spor müsabakasından çok daha farklı olarak politik ve kültürel boyutu açısından oyunlar bize kamu diplomasisinin aslında 1965 yılında doğmadığını göstermektedir (Auer ve Srugies,2013:18).

Her ne kadar köklü bir geçmişe sahip olsa da şimdiye kadar Alman kamu diplomasisi üzerine derinlemesine yapılan araştırmaların sayısı sınırlıdır (Zöllner 2006, 2009; Ostrowski 2010; Auer ve Srugies 2013; Kersaint,2013; Hartig:2017). Auer ve Srugies (2013:5), şimdiye kadar sadece birkaç bilim adamının Almanya'daki kamu diplomasisine değindiğini ve öncelikle vaka incelemelerine odaklandıklarını belirtmişlerdir. Çalışmaları Almanya'daki kamu diplomasisine dair ilk kapsamlı, ampirik temelli çalışma olarak bu açığı kapatmaya katkıda bulunmaktadır (Auer ve Srugies,2013:5). Onlara göre Almanya'daki kamu diplomasisi, ABD'deki kamu diplomasisi uygulamasından nispeten bağımsız olarak gelişmiş ve kendi geleneğini oluşturmuştur (Auer ve Srugies,2013:18). Buna nazaran kamu diplomasisi terimi yazarların analiz ettiği dönemlerin birçoğunda kullanılmamış ve Alman uygulayıcılar tarafından da güçlükle kullanılmıştır (Auer ve Srugies,2013:19).

Kersaint (2013:152) de kamu diplomasisi teriminin yakın zamanda Alman diline eklendiğini, çünkü außenpolitische Öffentlichkeitsarbeit (Dış Politika Halkla İlişkiler)

veya Auswärtige Kulturpolitik (Yabancı Kültür Politikası) gibi yaygın kullanılan kavramların, kamu diplomasisinin kapsamlı bir çevirisini sunmadığını belirtmiştir. Falk Hartig, (2017:260) bu konuda yaptığı çalışmasıyla Alman kamu diplomasisinin bilgi ve anlayışını genişletmeyi amaçlamaktadır. Hartig'e göre (2017:260), Almanya, kamu diplomasisinde sadece normatif, idealist amaçları değil, aynı zamanda daha işlevsel hedefleri de takip etmektedir. Aynı şekilde Zöllner (2009:267), Alman kamu diplomasisinin yalnızca idealist amaçlarla ilgilenmekle kalmayıp, esasen onu başarıya yönelik stratejik bir eylem yapan daha işlevsel hedeflerin gerçekleştirilmesiyle ilgili olduğunu belirtmektedir.

Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra, Almanya'nın dış ilişkileri genel olarak güven ve ilişkileri yeniden inşa etmenin yanı sıra dil öğretimini sürdürmeyi de hedeflemekteydi (Kersaint,2013:150). Kersaint (2013:150) bu noktada amacın, Federal Almanya'nın Nazi Almanya'sından farklı, güvenilir, demokratik ve barışçıl bir devlet olduğunu kanıtlamak olduğunu belirtmektedir. Zöllner (2006:170) de benzer şekilde günümüzde Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetlerinin bu amaç için konferansları, gençlik, akademik ve spor değişimlerini, kültürel ve sanatsal sergileri ve "Batı tarzı demokrasilere özgü" dil eğitimini içerdiğini belirtmektedir.

Fransa ve Büyük Britanya gibi Almanya da geleneksel olarak kamu diplomasisi veya dış kültürel politika modellerinde uluslararası radyo yayınlarını kullanmaktadır (Ociepka,2014:4). Bunun yanı sıra Almanya kültürel ve ekonomik diplomasiyi dış imaj politikası çatısı altında birleştirmektedir (Ociepka,2014:1). Özellikle 2006 FIFA Dünya Kupası gibi büyük spor etkinlikleri kamu diplomasisinin önemli bir parçası haline gelmiştir. FIFA Dünya Kupası'na ev sahipliği yaparak Almanya'nın imajını modernize etmek ve mevcut klişeleri parçalamak isteyen Alman hükümeti ve endüstrisi tarafından ortak bir kampanya olan "Almanya-Fikirler Ülkesi" sloganı da dahil olmak üzere bir dizi slogan oluşturulmuştur (Auer ve Srugies,2013:24).

Alman kamu diplomasisinin en önemli aktörleri ara kurumlardan oluşmaktadır (Mittlerorganisationen) (Hartig,2017:265). Kamu diplomasisi aktörü olarak görülen bu ara kurumlar Alman hükümeti tarafından finanse edilmektedirler (Reuter,2019:9). Bunlar hükümetten bir bakanlık aracılığıyla fon alan sivil toplum kurumlarıdır ancak aynı zamanda hükümet bu kurumlara politika kontrolü ve yürütme yetkisi de vermektedir (Hartig,2017:265). Wood (2017:166), bu tarz kuruluşların tanıtım

materyalleri farklı olsa bile kendilerini 'Almanya imajını' yansıtırken görmek yerine belirli görevleri ve daha üstün uluslar üstü hedefleri izlediklerini belirtmektedir. Alman devleti ve özel aktörler anlık ancak geçici sonuçlar almak yerine sürdürülebilir ortaklıklar kurmayı tercih etmektedirler (Wood,2017:168). Hükümetin bu alandaki ana ortakları: Alman dilini ve kültürünü yaymayı amaç edinen Goethe Enstitüsü, dünya çapında sanatsal değişim ve diyaloga odaklanan Dış Kültürel İlişkiler Enstitüsü, ikisi de akademik ve bilimsel değişim ve iş birliğine odaklanan DAAD ve Alexander von Humbolt Vakfı ve Almanya'nın uluslararası yayıncısı Deutsche Welle'dir (Hartig,2017:266, Kersaint,2013:154).

Goethe Enstitüsü resmi internet sitesinde kendisini bir kültür enstitüsü olarak tanımlamış ve görev amacını Almanca'nın yurtdışında öğrenilmesini teşvik etmek ve uluslararası kültürel iş birliği çalışmalarına katkıda bulunmak olarak belirtmiştir.¹⁴ DAAD ise, çok dilli broşürler, DVD'ler ve yemek kitapları dahil olmak üzere çeşitli tanıtım araç gereçleri dağıtmakta, aynı zamanda YouTube kanalları ve sosyal etkinlikler aracılığıyla da iletişim kurmaktadır (Wood,2017:166). Deutsche Welle, resmi internet sitesinde tanımladığı şekilde Almanya'nın uluslararası yayıncısı olarak kapsamlı bir imajını aktarmakta, olayları ve gelişmeleri raporlamakta ve bunu yaparak kültür ve halklar arasındaki anlayışı teşvik etmektedir.¹⁵ Haftada 86 milyon kişiye ulaşan Deutsche Welle, 30 dilde haber üretmektedir ancak yurt içinde yayın yapmamaktadır (Pamment,2013:19). Arap dünyası ile diyaloga girmek amacıyla Deutsche Welle Orta Doğu bölgesinde Alman kamu diplomasisinin bir aktörü olarak 1959'dan beri Arapça radyo yayını yapmaktadır (Lucassen ve Zöllner, 2004: 89).

Alman kamu diplomasisindeki bu çeşitlilik literatürde bunun dezavantaj mı yoksa avantaj mı olduğu konusunda bir soru doğurmaktadır. Hartig (2017:266), iletişimsel bir bakış açısına göre, sayısız ses tonunun Almanya'nın kamu diplomasisinin çeşitliliğini ve zenginliğini artırabilmesine rağmen, farklı kurumların farklı izleyicilere sahip olması ve farklı yönere odaklanmasının oldukça kafa karıştırıcı ve tutarsız bir mesajı yol açabileceği iddia etmiştir. Zöllner (2009:267), tüm parlak etiketlere ve kültürlerarası diyaloga olan vurgusuna rağmen Alman kamu

¹⁴ Bknz: <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/ueb.html>, (17.04.2020)

¹⁵ Bknz: <https://www.dw.com/en/about-dw/profile/s-30688> (17.04.2020)

diplomasisinin asıl amacının Almanya hakkında olumlu bir imaj yaratmak ve bunu yabancı toplumlara satmak olduğunu belirtmiştir. Bu durumda amaç, Almanya'nın kamu diplomasisinden faydalanmasını sağlamaktır ve böylece kamu diplomasisi yalnızca iletişimsel ve söylemsel bir süreç değil, aksine, başarıya yönelik stratejik bir eylem olarak görülmektedir (Zöllner,2009:267). Auer ve Srugies (2013:35), Almanya'daki çoğu kurumun kamu diplomasisi tekniklerini uygulamada ve kamu diplomasisi kavramını ve önemini anlamada yetersiz olduğunu iddia etmektedir. Aynı şekilde Wood (2017:168) da faaliyetlerde iki yönlü iletişimin sağlanmadığına dikkat çekmiştir. Bu bağlamda Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetlerindeki diyalog anlayışının sorgulanması literatürün üzerinde durduğu bir konudur.

SONUÇ

Nazi Almanya'sı İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında propaganda faaliyetlerine büyük önem vermiş, iktidara geldiği günden savaşın bitişine kadar yabancı halklar üzerinde etki kurmak için bir dizi faaliyette bulunmuştur. Bu doğrultuda stratejik olarak birçok ülkede faaliyet göstermiştir. Nazi propagandası konusunda literatür vaka incelemeleri üzerine odaklanmıştır. Vaka incelemeleri dışında literatürde daha çok Alman halkına yönelik olarak yapılan Nazi propaganda faaliyetleri öne çıkmaktadır. Literatürde ülkelere odaklanan Nazi propagandası hakkında ABD, İngiltere, Arap ülkeleri, Türkiye, Latin Amerika, Hindistan ve İspanya üzerine vaka çalışmaları mevcuttur. ABD hakkındaki Nazi propaganda faaliyetleri daha çok Alman-Amerikan Derneği ve Fritz Kuhn üzerine yapılan çalışmalardan oluşmaktadır.

İngiltere'ye odaklanan çalışmalar ise dönemin en ünlü isimlerinden biri olan ve radyo yoluyla İngiliz halkını etkilemeye çalışan William Joyce üzerine yoğunluk göstermektedir. Literatürde Hindistan üzerine odaklanan iki önemli çalışma bulunmaktadır. Bu iki önemli çalışmaya imza atan D'souza ve Aafreedi'ye göre Naziler çeşitli kültürel ve ticari organizasyonlar aracılığıyla Hindistan'da faaliyet göstermiş ve gazete yoluyla doğrudan propaganda çalışmalarında bulunmuştur. Arap ülkelerinde uygulanan propaganda faaliyetlerinde ise Jeffrey Herf tarafından yazılan kitap ön plana çıkmaktadır. Yapılan literatür incelemesinde yalnızca vakıf, dil okulu, üniversite ve diğer benzeri kurumların üzerine odaklanmış derinlemesine bir

çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Türkiye’de uygulanan Nazi propaganda faaliyetleri konusunda en kapsamlı kaynak Glasneck’in “Türkiye’de Faşist Alman Propagandası” adlı kitabıdır. Literatürde aynı zamanda dönem içerisinde yayın yapmış gazetelerin incelemeleri de mevcuttur.

Özellikle tezin ana konularından biri olacak Alman Akademisi adlı kuruluşu ele alan Türkçe ve İngilizce bir çalışma bulunmamaktadır. Almanca olarak bulunan az sayıda kaynak ise Teutonia Kulübü ve Alman Akademisi’nin Türkiye’deki faaliyetlerini net bir şekilde ortaya koymamaktadırlar. Elde bulunan nadir örneklerde Teutonia Kulübünün propaganda merkezi olarak kullanıldığı ve burada bir araya gelen Nazilerin örgütlendiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de dönem içerisinde yaşanan birtakım antisemitik olaylarda Nazilerin oluşturduğu bu kurumların rolünün detaylıca incelendiği bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Yukarıda da bahsedildiği üzere Türkiye’yi siyasi olarak yanına çekmenin yanı sıra Türkiye’de Yahudi karşıtı bir atmosfer yaratmaya çalışan Nazi Almanyası’nın bu kurumlardan ne ölçüde yarar sağladığı hala cevaplanamamış bir sorudur.

Alman kamu diplomasisi üzerinde literatürde kapsamlı kaynak sayısı oldukça azdır. Federal Almanya’nın kamu diplomasisi üzerine yazılan yazılarda kültürel alanda uygulanan kamu diplomasisi faaliyetleri ön plana çıkarılmıştır. Vaka incelemelerinde ise Alman dış politikasının da önemli bir parçası haline gelen Arap Dünyası ile diyaloga girme çalışmaları üzerine yürütülen faaliyetler hakkında çalışmalar bulunmaktadır. Literatürde aynı şekilde vaka incelemelerinde Federal Almanya’nın Türkiye üzerindeki kamu diplomasisi faaliyetlerini konu alan bir adet tez bulunmakta ve bu tez de Konrad Adenaur Vakfının Türkiye’deki faaliyetlerini incelemektedir.

Almanya, kamu diplomasisi faaliyetlerini diyalog temeli üzerine oturtmaya çalışmaktadır. Ancak literatürde diyalog anlayışının gerçekten oluşturulup oluşturulamadığı sorunu üzerinde durulmuştur. Zöllner, (2006:169) herhangi bir ideolojinin doğası gereği stratejik olduğunu ve bu nedenle ideolojik bağlamda gerçekleşen iletişimin de stratejik olacağını belirtmiştir. Deutsche Welle’in ve Almanya’nın ortak faaliyetleri diyalogların başlatılması yönünde olumlu bir ilk adım olarak görülmektedir (Zöllner,2006:177) Zöllner’e göre (2006:175), yayınlarda dinleyicilerin yorumlarını okumak geri bildirimdir, izleyicilerin gerçek diyalog

anlayışında olduğu gibi kendilerini savunma, cevap verme rolünü üstlenmelerine izin verilmemektedir. “Diyalog” olarak adlandırılan çabalar Nazi geçmişinden kurtulmaya çalışan Almanya'nın yabancı halklar üzerinde olumlu imajının yaratılması ile ilgili görülmektedir (Zöllner,2006:177). Federal Almanya her ne kadar iki yönlü bir iletişim kurma çabaları içine girse de politik ve kültürel durumlarından dolayı gerçek bir diyaloga girmekte zorlanmaktadır (Zöllner,2006:175). Bu bağlamda Alman kamu diplomasisi belirsizliğini korumaya devam etmektedir.

Literatür taraması sonucunda Nazi propaganda faaliyetlerini ve Alman kamu diplomasisini inceleyen çalışmaların iki farklı şeyden bahsettikleri görülmektedir. Bu nedenle iki dönem kamu diplomasisi konusunda karşılaştırılmalı olarak hiç çalışılmamıştır. Literatür, günümüz Alman kamu diplomasisi çalışmaları konusunda da oldukça az kaynağa sahiptir. Nadir de olsa bu çalışmalarda geçen Nazi terimi yalnızca kamu diplomasisinden çok daha önce devletlerin propaganda yöntemini kullandıkları bir zamanda bu terime örnek oluşturmak adına verilmektedir. Nazi Almanya'sı propaganda faaliyetlerinde genellikle kitle iletişim araçları gibi dünyanın hemen her yerine hızlıca ulaşmalarını sağlayan araçlar kullanmışlardır. Aynı şekilde Federal Almanya da kitle iletişim araçlarına büyük önem vermiştir. Literatür taramasında görüldüğü üzere Nazi Almanyası da Federal Almanya da yabancı toplumlarla iletişime geçerken büyük oranda hükümet dışı kuruluşlardan yararlanmışlardır. Bunun dışında iki dönemde de spor, turizm ve kültür gibi alanlar bir cazibe unsuru olarak ülkenin imajına katkıda bulunmak adına kullanılmıştır.

Literatüre göre propagandaların özelliği tek yönlü bir iletişim iken, kamu diplomasisi diyalog anlayışı üzerine kurulmuştur. Ancak Herf'in çalışmasında belirtildiği gibi Nazi döneminde tek yönlü olmayan, adeta kamu diplomasisinin diyalog anlayışına dayanan karşılıklı bir ilişki de söz konusudur. Yukarıda da belirtildiği üzere Nazi Almanyası'nın bölgedeki faaliyetlerine ek olarak Arap dünyası ile karşılıklı olarak ilişkileri iyileştirmek adına dönem içerisinde Berlin'de bir İslam Enstitüsü kurulmuştur. Bu gibi örnekler kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki ilişkinin aslında birbirine oldukça yakın olduğunu göstermek açısından önem taşımaktadır. Bir sonraki bölümde bu ilişkiyi daha net açıklamak adına ampirik verilere dayalı olarak Nazi Almanyası'nın 1933-1945 yılları arasında Türkiye'de uyguladığı propaganda faaliyetlerine yer verilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1933-1945 YILLARI ARASI TÜRKİYE'DE NAZİ PROPAGANDASI

GİRİŞ

Nasyonal Sosyalizm, 1933-1945 yılları arasında Almanya'da büyük taraftar kitlesine sahip olan bir ideoloji ve politik bir harekettir. Almanya'daki bu dönem genellikle "Üçüncü Reich" ya da "Nasyonal Sosyalist diktatörlük" olarak tanımlanmaktadır. Naziler II. Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında propagandayı hem savaş döneminde yarar sağlamak hem de Alman halkının Hitler'e bağlılığını devam ettirmek için bir taktik olarak kullanmıştır. Nazi Almanya'sı Alman halkının düşüncelerini kendi çıkarları doğrultusunda değiştirmeye önem verdiği kadar yabancı toplumların düşüncelerini değiştirmeyi de önemsemiştir. Nazi Almanyası'nın bu noktada en çok önem verdiği ülkelerden biri de Türkiye olmuştur. Türkiye'de uygulanan Nazi propagandası Türkiye'nin savaş boyunca tarafsızlığını sağlamak için olduğu kadar, Türkiye'yi ekonomik, askeri, kültürel ve siyasi anlamda bağımlı hale getirmek için de faaliyet göstermiştir.

Tezin bu bölümü 1933-1945 yılları arasında Türkiye'de uygulanan Nazi propaganda faaliyetlerinin niteliğinin ne olduğu sorusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Türkiye'nin izlediği tarafsızlık politikasının Almanya lehine yürütülmesi adına Hitler'in 1933 yılında iktidara gelmesi ile çalışmalarına başlayan Nazi propagandacıları, Türkiye'nin özellikle kültürel hayatının değişmesinde oldukça etkili olmuşlardır. Bu etki ilk olarak ekonomik alanda sağlanmış, daha sonra kültürel ve sosyal hayat da etkilenecek Nazi yanlısı görüş ve tutumların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu bölüm ilk olarak Türkiye'nin dönem içerisindeki dış politikası ve izlediği tarafsızlık politikası üzerinde duracaktır. İkinci kısımda ise Türkiye'de uygulanan Nazi propagandası faaliyetleri, basına yansıyanlar ve kültürel alandaki faaliyetler alt başlıkları altında incelenecektir. Son olarak sonuç kısmında Nazi Almanyası'nın izlediği propaganda stratejisinin niteliği ve Türkiye üzerindeki etkisi tartışılacaktır.

3.1. 1933-1945 Yılları Arası Türk Dış Politikası : Tarafsızlık Politikası Sebepleri

İkinci Dünya Savaşı'nın başladığı yıllarda, 1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti için yeni bir savaşa girmenin yaratacağı risk oldukça yüksekti. Erken cumhuriyet gelişmek adına faaliyetlerde bulunduğu gibi aynı zamanda da Kurtuluş Savaşı sonrasında diğer ülkelerle ilişkileri normalleştirmek ve savaş sonrası anlaşmazlıkları çözmek ile uğraşmaktaydı. Bu nedenle Türkiye savaş dışı kalmak ve toprak bütünlüğünün korunması için büyük çaba sarf etti ve her türlü diplomatik yolların kullanıldığı bir politika uyguladı. Bu çaba, önemli bir stratejik konuma sahipken savaş dışı kalabilmeyi başarmış Türk liderlerinin en önemli diplomasi başarısıydı (Deringil,1982:30). Millman'a göre (1995:491), 1934 ve 1939 yılları arasındaki Türk dış politikası büyük ölçüde birliğin içinde veya dışında, savaşı önleyecek kadar kapsamlı bir ittifak bulmak, eğer bunu başaramazsa da kazanacak kadar güçlü bir ittifakta olmayı amaçlamaktaydı. Bu iki seçenek de Türkiye'yi İkinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında yaşanan olumsuzluklardan korumaktaydı.

Atatürk'ün ölümü sonrası Cumhurbaşkanı olan İsmet İnönü, dış politikada Atatürk dönemi dış politikasının izinden gitti (Koçak,2007:575). İnönü'nün en önemli hedefi, Türkiye'nin Sovyetler Birliği'ne katkısını bozmadan İngiltere ve Fransa ile savunma ittifakını sağlamak ve Balkanların savunulmasında Sovyetler Birliği ile, Akdeniz'in savunulmasında ise İngilizler ve Fransızlar ile iş birliğini kurmaktı (Hale,2013:49). İsmet İnönü, Şükrü Saraçoğlu ve Numan Menemencioğlu gibi liderler ile birlikte dış politika kararlarında faydacı bir yaklaşım benimsedi (Deringil,1989:4). İzlenilen faydacı yaklaşım liderlerin sık sık herhangi bir ülke ile daha yakın ilişkiler kurma amacını taşıdıkları izlenimini de doğurdu. Örneğin, Menemencioğlu'nun "Alman yanlısı" olarak görülen imajı aslında Türkiye'nin hayati çıkarlarını korumak için pragmatik davranmasından geliyordu (Güçlü,2000:83).

İkinci Dünya Savaşı öncesinde Türkiye'nin dış politikasına yön veren faktörlerden biri Türkiye'nin hissettiği İtalyan tehdididir. İki ülkenin çıkarlarının çatıştığı bir bölge olan Balkanlar (Barlas,2004:233) ve 1923 yılından itibaren silahlandırılmaya başlanan Oniki Ada, Türkiye'nin güvenlik kaygılarını oluşturmaktadır (Papuçular,2017:145). Özellikle Mussolini'nin yaptığı

konuşmalarda Akdeniz'den bahsederken “Mare Nostrum” (Bizim Deniz) kavramını kullanması (Aydın,2009:415) ve Afrika ve Asya'nın İtalya'nın tarihi emeli olduğundan bahsettiği konuşması (Uzgel,2009:295) Türkiye'yi rahatsız etmiştir. Mussolini'nin Afrika ve Asya hakkındaki konuşması sonrası TBMM'de Tevfik Rüştü Aras tarafından bir konuşma dahi yapılmış¹⁶ ve Türkiye, Yugoslavya, Yunanistan ve Romanya ile birlikte Balkanlara yönelik bir saldırıya karşı Balkan Paktı oluşturulması (Koçak,2013:106), İtalya'nın ciddi bir tehdit olarak algılanmasının önüne geçilemediğini göstermiştir.

Türkiye'nin aksine İngiltere, İtalya'yı güçlü bir tehdit olarak görmemiş, hatta Hitler Almanyası'nı dengelemek için varlığının gerekli olduğunu düşünmüştür (Barlas ve Gülmez,2018:830). Aynı zamanda İngiltere, Almanya'ya karşı bir savaş kazanacak fiziksel güce sahip olmamasından dolayı diplomatik olarak uzlaşma yolları aramış (Gülmez,2017:34) ve herhangi bir sert uyarının Almanya'nın silahlanmasını hızlandırma ve olası bir krizi kışkırtma ihtimalinden de çekinmiştir (Ripsman ve Levy,2008:162). İngiltere'nin Almanya karşısındaki ekonomik ve askeri yetersizliği nedeniyle uyguladığı yatıştırma politikası (Barlas ve Gülmez,2018:830) temelinde İtalya'nın katkılarıyla gerçekleştirilecektir.

İngiltere Türkiye ile ilişkilerinde de İtalya'nın Almanya'yı dengelemek için önemli bir ülke olduğu fikrine göre hareket etmiştir. İngiltere, İtalya'ya odaklanmak yerine, Alman revizyonizmi ile daha fazla ilgilenmiş (Barlas ve Gülmez,2018:833), Türkiye ise Almanya'yı yakın bir tehdit olarak görmemiştir (Barlas ve Gülmez,2018:832). Ancak 1935 yılında İtalyanların Habeşistan'ı işgali İngiltere ve İtalya'nın arasındaki ilişkilerin kötüleşmesine neden olmuş (Papuççular,2017:149), Türkiye'de ise İtalya'nın Arnavutluk'u işgal etmesi sonrası harekete geçilmiştir (Armaoğlu,1958:142). Buna ek olarak Almanya'nın Türkiye ile ilişkilerini düzeltmek için gösterdiği çaba ve Akdeniz'deki İtalyan faaliyetleri İngiltere için Türkiye'nin önemini arttırmaya başlamıştır (Uzgel ve Kürkçoğlu,2009:271). Dönem içerisinde Türkiye sık sık İngiltere'yi İtalya'ya kaybetme korkusu yaşarken, İngiltere de Türkiye'yi Almanya'ya kaptırma korkusu içine girmiştir (Barlas ve Gülmez,2018:834-835). İtalyan tehdidi sonucu İngiltere ile oluşan bu yakınlık, Boğazlar konusunda

¹⁶ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.IV, Cilt.21, İçtima.3, 5 Nisan 1934, s.15.

tamamen Türkiye lehine bir karar alınmasına (Armaoğlu,1958:141), İngiltere ve Fransa ile ayrı deklarasyonların imzalanmasına (Armaoğlu,1958:145) ve bazı Orta Doğu ülkeleri ile 8 Temmuz 1937 yılında Sadabad Paketi'nin imzalanmasına da neden olmuştur (Gönlübol ve Kürkçüoğlu,1985:459).

12 Mayıs 1939'da Türk-İngiliz deklarasyonunun sonuçlanmasıyla Refik Saydam TBMM'de yaptığı konuşmasında¹⁷, bu deklarasyonun hiçbir memleketin aleyhine oluşturulmadığını ve Balkanlarda iki ülkenin emniyetini sağlamak için çaba gösterdiklerini de vurgulamıştır. Oluşturulan bu deklarasyon, Türkiye'nin acil bir şekilde bu ittifaka Fransa'yı da dahil etmesi ve antlaşmayı Sovyetler Birliği'ne olan bağlılık ve beklentileri ile bütünleştirmesi sorunlarını oluşturmuştur (Hale,2013:50). Türkiye'nin Hatay sorununu irredentist bir politika ile lehine sonuçlandırması (Gülmez,2017:39) sonrası Fransa-Türkiye ilişkileri normalleşmiş, ilişkilerin normalleşmesiyle 19 Ekim 1939'da Türkiye Cumhuriyeti, İngiltere ve Fransa ile Karşılıklı Yardım Antlaşması imzalamıştır (Deringil,1982:30). Antlaşmanın son anına kadar Türkiye Sovyetler ile benzer bir antlaşma yapmak için büyük çaba sarf etmiş ancak çabalar 23 Ağustos'ta Nazi Almanyası ve Sovyetlerin imzaladığı pakt sonrası son bulmuş ve bu durum Türkiye tarafından büyük bir tepki ile karşılanmıştır (Hale,2013:52).

Nasyonal Sosyalistlerin 1933 yılında iktidara gelmesi, Türkiye'nin bu dönem öncesinde Fransa ve İngiltere ile kesik durumda olan ilişkilerinde belirgin bir değişim yaşanmasına neden olmuştur (Koçak,2013:98). Almanlara göre, İngilizler tarafından gerçekleştirildiği için Anglo-Türk antlaşması gerçek bir tehdittir (Deringil,1982:31) ve antlaşmanın etkisiyle Türk-Alman ilişkileri gerginleşmeye başlamıştır. TBMM'de İzmir Milletvekili Halil Mentеше, İngiltere, Fransa ve Türkiye arasındaki Karşılıklı Yardım Antlaşması ile ilgili olarak, Hitler'in bir konuşmasında İtalyanlarla Almanların kaderinin ortak olduğunu belirtmesi üzerine, Türkiye'nin de İngiltere ve Fransa ile ortak kadere sahip olduğunu vurgulamıştır.¹⁸ Almanya'nın Türkiye'nin belirgin bir tehdit olarak gördüğü İtalya ile yakınlaşması, kullandığı askeri güç, Türkiye'nin ekonomik ve sosyal hayatını nüfuzu altına almaya çalışması, Türkiye'nin

¹⁷ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VI, Cilt.2, İçtima.F, 12 Mayıs 1939 Cuma, İkinci Celse, ss.67-69.

¹⁸ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VI, Cilt.4, İçtima.1,8 Kasım 1939 Çarşamba, sayfa.21-22.

Boğazlar ve Hatay üzerindeki taleplerine karşı soğuk bir tutumda olması ilişkilerin eskisinden farklı olarak sorunlu bir evreye girdiğini göstermektedir (Koçak,2013:98).

Türkiye, Kurtuluş Savaşı'ndan sonra Batı'ya duyduğu güvensizlik nedeniyle Sovyetler Birliği ile iyi ilişkiler sürdürmüş fakat 1930'lu yıllarda ilişkiler iyi devam etmesine rağmen Sovyetler Türk dış politikasının tek direği olmamaya başlamıştır (Zurcher,2004:202). İtalyan tehdidi Türkiye'nin İngiltere ile yakınlaşmasına ve İngiltere'nin de çıkarları gereği Boğazlar üzerinde Türkiye lehine karar almasına neden olmuş ve 1936 yılında Boğazların statüsünün değişmesi Türkiye ve Sovyetler Birliği arasındaki dostane ilişkilerin azalmasına yol açmıştır (İşçi,2014:20-21). İsmet İnönü Sovyetlerin Batılı devletlerin tehdidi altında olmadıkları zaman Türkiye'ye karşı saldırganlaşacaklarını, bu nedenle Batı karşısında asla tam anlamıyla güvende olmamaları gerektiğini düşünmektedir (Weisband,2002:30). Sovyetlere bu derece kuşkuyla bakılması sonrası 1939 yılında Sovyetlerin Almanya ile bir Saldırmazlık Antlaşması imzalaması ise Türk-Sovyet ilişkilerini sekteye uğratmıştır.

Almanya'nın Türkiye için oluşturduğu en büyük tehdit ise savaş öncesi yaratılmış ve savaş sırasında da devam eden ekonomik bağımlılıktır. Adolf Hitler'in iktidara geldiği 30 Ocak 1933 tarihi ile, Türkiye'nin ilk beş yıllık sanayi planının başladığı tarihin az çok birbirleriyle örtüşür zamanlara denk gelmesi de Almanya'nın Türkiye'nin ekonomisi üzerinde büyük rol oynaması için uygun bir durum yaratmıştır (Güçlü,2000:75). Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı Hitler'in iktidara geldiği yıl olan 1933'te 19 milyon TL iken 1934'te 29 milyona, 1935'te 35,5 milyona ve 1936'da 41,7 milyona ulaşan rakamları görmüştür (Güçlü,2000:75-76). Zamanla Türk ekonomisinde bir tekel halini alan Almanya, ekonomideki bu üstünlüğü ile Türkiye'nin Almanya aleyhinde herhangi bir karar almasının önünde büyük bir engel oluşturmuştur.

Atatürk, Türkiye'nin Almanya'ya olan ekonomik bağımlılığını azaltmak için birçok alternatif yol aramış ve sonucunda en uygun aday İngiltere olarak görülmüştür (Gülmez,2017:42). Örneğin, haziran ayında Türkiye, Karabük'te yeni bir demir-çelik tesisi kurmak için Alman firması Krupp yerine İngiliz Brassert firmasıyla 3 milyon İngiliz sterlini değerinde bir sözleşme yapmıştır (Güçlü,2000:77-78). İşçi (2020:6), İnönü'nün de Türkiye'nin Nazi Almanyası ile olan ticaret ilişkilerinde Almanların sahip olduğu yüksek seviyelerden rahatsızlık duyduğunu belirtmiştir. Türk liderleri bu

ekonomik bağımlılıktan kurtulmak adına Almanya'nın alternatifini sağlamak için diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilere daha fazla önem vermeye başlamıştır.

Her ne kadar ekonomik olarak Alman tekeline karşı harekete geçilse de Almanya ile ilişkiler bir anda kesilemeyecek kadar büyük önem taşımıştır. Bu doğrultuda TBMM'de Celal Bayar tarafından 26 Mayıs 1937 yılında yapılan bir konuşmada, Almanya ile olan ticaretin akıllara bütün ihracatı yalnızca Almanya'ya mı yapıyoruz sorusunu getirebileceğini, fakat artık ihracatımızın İngiltere, ABD, Hollanda, İsviçre ile de arttığını ancak Almanya ile ihracat imkanlarını kısmanın mevzubahis olmadığı belirtilmektedir.¹⁹ Buna ek olarak Almanya, TSK'nın akıl hocası olmuş ve Türkiye bu konuda alternatif bir tedarikçi bulamadığı sürece Almanya'ya muhalefet zorlaşmıştır (Millman,1994:70). Bu konu hakkında Özden, (2013:94) Türk karar vericilerin Almanya'yı her fırsatta dost ülke olarak tanımladıklarını ve bu görüşü kamuya açıklamaktan asla kaçınmadıklarını belirtmiştir. Fakat buna rağmen VanderLippe, (2001:64) kendi araştırmasında İnönü'nün her zaman Almanya'nın savaşı kaybedeceğine inandığını ve Müttefiklerin davasına en başından beri kişisel olarak bağlı olduğunu iddia etmiştir.

Almanlar, savaşın başlamasından önceki yıllarda, Türkiye'nin İngiltere, Fransa ve Rusya'nın diplomatik kombinasyonlarından birine katılmasını engellemek için çok çaba sarf etmiştir (Macfie,1989:238). Almanlar için, Avrupa'da patlayabilecek herhangi bir genel savaşta, Türkiye'nin tarafsız kalması ve Boğazların Batı güçlerinin filolarına karşı kapatılması oldukça önemlidir (Macfie,1989:238). Eski Alman Şansölyesi Franz von Papen'in Ankara'ya Büyükelçi olarak atanması ise bu ülkenin Türkiye'ye verdiği önemi göstermektedir. Yeni büyükelçinin ilk görevi Türkiye'nin İtalya'dan duyduğu endişeyi gidermek ve Türkiye ile İngiltere ve Fransa arasındaki yakınlaşmayı önlemektir (Aydın,2009:416). Ancak İngiltere, Fransa ve Türkiye arasında imzalanan deklarasyon ile büyükelçinin bu görevinde başarısız olduğu görülmektedir.

Güçlü, (2000:87) Almanya'nın asıl isteğinin Türkiye'nin tarafsızlığını güvence altına almak olduğunu belirtmektedir. İşçi, (2020:7) ise Türkiye'deki Alman

¹⁹ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.V, Cilt.18, İçtima.2, 26 Mayıs 1937 Çarşamba, sayfa.285.

propagandasının amacının Türkiye'nin savaşa katılmasını sağlamaktan daha çok Türkiye'nin Almanya ile ekonomik ve siyasi olarak bağlarını güçlendirmek olduğunu belirtmektedir. Bu çabaya ulaşmak için de Türkiye üzerinde yoğun propaganda faaliyetleri gerçekleştirmişlerdir. Aynı zamanda Türk hükümetinin karar alma süreçlerine etki etmek amacıyla kamuoyunda Almanlar lehine olumlu görüşlerin yayılması için basın yoluyla yapılan propaganda faaliyetlerine de önem vermişlerdir. Türkiye'de, yalnızca ekonomik ve askeri anlamda değil, aynı zamanda kültürel anlamda da Alman bakış açısını yaymaya çalışan faaliyetlerde de bulunulmuştur. Bütün faaliyetlere rağmen Almanya Türkiye üzerinde hiçbir zaman aradığı siyasi garantileri elde edememiş fakat Türkiye de Almanya'ya karşı olacak herhangi bir antlaşmaya katılmama konusunda oldukça dikkatli davranmıştır (Güçlü,2000:87).

Savaşın başlamasıyla birlikte Türkiye için savaşa girmemek ve tarafsız bir politika yürütmek konusunda öne atılabilecek bazı gerekçeler bulunmaktadır. Bunlardan ilki Türkiye'nin yeni bir savaş için hazırlıksız olmasıdır. Gerek yeni kurulmuş bir ülke olması, gerekse de Osmanlı Borçlarının üzerine yüklenmesi, Türkiye için yeni bir savaşa girmenin oldukça tehlikeli bir durum olduğunu ortaya koymaktadır. Savaşa girilse dahi, Türk ordusu mühimmat bakımından eksiklerle doludur. Bu durum Türkiye'nin herhangi bir blokta yer alması durumunda bu bloğa askeri olarak katkısının minimum olmasına sebebiyet vermektedir (Vanderlippe,2001:64). Türkiye'nin savaşta tarafsız kalması konusunda bir diğer gerekçe Akşin (2002:288)'in de belirttiği gibi, Müttefik birliklerinin savaş çabalarını desteklemek için Türkiye'ye gelmesinin halk arasında hoş olmayan bir durum yaratacağı düşüncesidir. Akşin, (2002:289) Birinci Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı'nda Türkiye'den toprak taleplerini açıkça belli eden ülkelerin de aralarında bulunduğunu düşünürsek Türkiye'nin isteksizliğini anlayabileceğimizi belirtmektedir.

İkinci olarak İnönü, Türkiye'nin savaşa girerek Nazi işgaline maruz kalma ihtimalinin olması ve Almanlar yenilmiş olsa bile Türkiye'nin Sovyetler Birliği tarafından "kurtarılması"nın mümkün olduğu korkusunu yaşamıştır (Olson ve diğerleri,1977:234). İsmet İnönü, Rusya'ya karşı duyduğu güvensizliğin yanı sıra Nazilerin ya da Sovyetlerin kazanmasının aynı derecede korkulacak şeyler olduğunu düşünmüştür (Lewis,1970:295). Benzer şekilde, BCA'nın kayıtları 1939-1945 yılları

arasında Ankara'nın Nazi kuşatması hakkında büyük bir endişe ile birlikte Sovyet Rusya'ya karşı da korku sahibi olduğunu göstermektedir (İşçi,2020:5-6).

Almanlar Türklerin sahip olduğu Sovyet korkusunu da bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. İşçi (2020:7), Almanya'nın Ankara Büyükelçisi Von Papan'ın Türkiye'de anti-Sovyet propagandasını düzenleme konusunda elinden gelen her şeyi yaptığını belirtmiştir. Naziler ilerleyişlerini sürdürdükçe Türk kamuoyunda Nazi Almanyası'na bakış değişmiştir. Lewis (1970:295), hükümetin Sovyetler ile iyi ilişkilere özen göstermeye istekli olmasına rağmen Türk kamuoyunda Rusya'ya karşı "eski tarihi düşman" imajının bulunduğunu, bu nedenle 1941 yılında Almanya'nın Rusya'ya saldırısından sonra Mihver devletlerine olan duyguların olumlu bir hal almaya başladığını belirtmiştir.

Savaş sırasında tarafsız kalma politikası, Türkiye'yi savaştan korusa da iki blok arasında bir propaganda savaşının ortasında kalmasına neden olmuştur. Bu durum gerek hükümet gerekse de halk arasında bir ayırım yaratmıştır. Hükümet içinde başta Dışişleri Bakanı Şükrü Saraçoğlu²⁰ olmak üzere bazı bakanların Rus karşıtı olduğu bilinmektedir (Sertel,2019:206). Bu durumla birlikte, savaş yıllarında Nazi propagandasının İnönü hükümetini filtrelediği ve Başbakan Şükrü Saraçoğlu ve Dışişleri Bakanı Numan Menemencioğlu'nun Nazi sempatisini olduğu söylentileri de yayılmıştır (Olson ve diğerleri,1977:234). Özellikle Şükrü Saraçoğlu açık bir şekilde Sovyetler Birliği karşıtı olduğunu belli etmektedir (Sertel,2019:206). Türkiye'de Sovyetlere duyulan bu güvensizlik, 1943 yılında Mihver devletlerinin yenilgiye uğrama ihtimalinin yüksek olduğu anlaşınca kırılmaya başlamıştır (Lewis,1970:295).

TBMM'nin 2 Ağustos 1944 yılındaki toplantısında Şükrü Saraçoğlu tarafından yapılan konuşmada İngiltere tarafından Almanya ile ilişkilerin kesilmesinin istendiği ve bu isteğin ABD tarafından da desteklendiği belirtilmiş²¹ ve savaşın sonuna doğru TBMM'de yapılan oylamayla 411 oy ile Almanya ile ilişkiler kesilmiştir.²² Japonya

²⁰ Saraçoğlu Moskova'ya yaptığı bir seyahat sırasında Alman Dışişleri Bakanı von Ribbentrop'un da orada olması sebebiyle gölgede kalmıştır. Stalin ile görüşmesinden kızgın olarak dönen Saraçoğlu, bu ziyaretten sonra Sovyetler aleyhtarı görüşlerini açıklamaktan çekinmemiştir. Bknz: *Sertel, Zekeriya, Hatırladıklarım*, İstanbul: Can Sanat Yayınları A.Ş.,2.Baskı,2019, ss.206.

²¹ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VII, Cilt.13, İçtima.1, 2 Ağustos 1944, sayfa.5.

²² TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VII, Cilt.13, İçtima.1, 2 Ağustos 1944, sayfa.12.

ile de ilişkilerin kesilmesinin ardından (Aslan ve Selçuk,2014:138-139) 23 Şubat 1945 yılında TBMM’de 401 oy ile Almanya ve Japonya’ya savaş ilan edilmiştir.²³

İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında Nazi propagandası Türkiye’de büyük çapta faaliyet göstermiştir. Bu faaliyetler ile Alman ideolojisinin yayılması, Almanya’ya karşı bir hayranlık duygusunun oluşması ve Nazi Almanyası’nın sahip olduğu ideolojinin yayılması gibi amaçların yanı sıra en büyük hedef Türkiye’yi savaş dışı bırakırken ekonomik ve siyasi bağları güçlendirerek Türkiye üzerinde etkili olmaktır. Türkiye’yi siyasal, kültürel, ekonomik ve askeri açıdan kendilerine bağımlı hale getirmek amacıyla olan Almanya’nın (Koçak,2013:249), bu amaç uğruna 1933-1945 yılları arasında Türkiye’de uyguladığı propaganda faaliyetleri bir sonraki bölümün konusu olacaktır.

3.2. 1933-1945 Yılları Arasında Türkiye’de Nazi Propagandası

Propagandaya büyük önem veren Nazi Almanyası, bu konuda bakanlık sahibi olan ilk ülkedir.²⁴ Ülkenin her yerine yayılmış geniş bir ağ içerisinde hareket eden Propaganda Bakanlığı hem yurt içinde hem de yurt dışında Nazi örgütlenmeleri ve bilgi sağlama konusunda oldukça başarılı olmuştur. Bakanlığın yabancı ülkelerde de ajanları bulunmaktadır ve bu ajanlar da yalnızca bakanlık tarafından istenen faaliyetleri yerine getirmektedirler.²⁵ Bu amaçlar, yurt dışında kamuoyunu kazanmak için Alman radyolarındaki haberleri kullanmak, yabancı basında propaganda olduğu anlaşılmayacak şekilde propaganda makaleleri kullandırmak ve gazeteler ve gazete sahipleri ile şahsi münasebetler kurup, kendilerini şahsi yardım yapmak suretiyle elde etmektir.²⁶ Bu konuda çok uzmanlaşmış olan Almanların, “Psikoloji laboratuvarı” adını verdikleri bir propaganda rapor merkezinin olduğu da Türk basınında yer almıştır.²⁷

²³ TBMM Zabıt Ceridesi, Olağanüstü İnikat, Seçim Dönemi. VII, Cilt.15, Toplantı Yılı.2, 23 Şubat 1945, sayfa.131.

²⁴ M.Zekeriya “Almanya Nasıl Propaganda Yapar?” Tan Gazetesi, sayfa.5, 2 Nisan 1938 Cumartesi, Sayfa.5, No.1049.

²⁵ M.Zekeriya, a.g.m.

²⁶ M.Zekeriya, a.g.m.

²⁷ “Almanyanın Gizli Polisi” Tan Gazetesi, 17 Haziran Cuma 1938, Sayfa.3, No.1125.

Almanlar, Türkiye üzerinde nüfuz kurma çabalarına İkinci Dünya Savaşı'ndan çok daha önce başlamıştır. Örneğin, TSK'nın akıl hocası olarak görünen Alman subayları, silah ticaretini ayakta tutabilmeye çalışmış (Ortaylı,1981:68) ve genç subayları eğiterek onlarda Alman hayranlığı yaratmışlardır (Ortaylı,1981:64). Birinci Dünya Savaşı'nda oluşturulan silah arkadaşlığı Alman askeri sisteminin orduya girmesine neden olmuştur. Alman terbiyesi görmüş subaylar Almanya'ya karşı sevgi duymaya ve Almanya'da yetişmiş gençlerin birçoğu da Hitler'e hayran olmaya başlamıştır (Sertel,2019:205). Askeri eğitimde ve orduda Alman nüfusunu etkin kılmaya çalışan bu subaylar ile Almanya'nın asıl amacı, Türkiye'nin Alman etkisi altına girmesi ve dış politikasında da buna göre hareket etmeye zorlanmasıdır (Koçak,2013:184).

Almanya, Türkiye üzerinde özellikle ekonomik olarak da büyük bir etki sahibi olmuştur. Hatta Almanya, Türkiye ile arasındaki ticari ilişkiler için yeni bir ticaret sistemi geliştirmiş ve Türkiye ile kliring usulüyle iş yapmaya başlamıştır (Sertel,2019:214). Sertel (2019:214), kliring usulünü, iki taraf için bankalarda bir gelir gider hesabı oluşturulup, Almanya'dan alınan mal değerinde Türkiye'den de Almanya'ya o kadar mal verildiği bir sistem olarak tanımlamaktadır. Türk ekonomisinin olumlu yönde ilerlemesi için Almanya'ya karşı duyulan bu ihtiyaç, Almanların bu durumu da propaganda yöntemi olarak kullanmasına neden olmuştur.

Özellikle dönemin en önemli kitle iletişim aracı olan radyoyu etkin bir şekilde propaganda aracı olarak kullanan Naziler, *Tan Gazetesi*'nin haberine göre, radyo için senede dönemin parası ile 20 milyon lira harcamaktadırlar.²⁸ *Tan Gazetesi*, radyonun kullanımıyla Nazilerin, ülkeler arası ticari ilişkileri yükseltmek ve Almanya adına olumlu duyguların yaratılması amacını taşıdığını belirtmektedir. *Tan Gazetesi* yazarı Ahmet Emin Yalman da aynı gazetenin bir başka haberinde, radyonun yanı sıra propaganda için de milyonlar harcayan Nazilerin, kendi görüşlerini yaymak ve yabancılar üzerinde kendi lehlerine görüşler uyandırmak amacıyla olduğunu belirtmiştir.²⁹

²⁸ "Mikrofon Savaşı: Radyo Harbi İçin Senede 20 Milyon lira Sarfediliyor" *Tan Gazetesi*, 25 Ocak 1938, Sayfa.7, No.985.

²⁹ Ahmet Emin Yalman, "Bir Facia Kahramanı" *Tan Gazetesi* sayfa.10, 6 Nisan Çarşamba 1938, No.1053.

Bunun yanı sıra Türkiye ve Sovyetler Birliği arasındaki olumlu ilişkiler Nazi Almanyası'nın amaçlarına uymamıştır (Glasneck,1976:13). Bu ilişkilerin seyrini değiştirme odaklı faaliyetlere girişen Nazi Almanyası'nın etkileri oldukça büyük olmuştur. İşçi (2020:7), bu çabalarla Rus fobinin savaş sonrasında da Türk dış politikasının belirleyici bir özelliği olduğunu belirtmektedir. Benzer bir şekilde dönemin *Tan Gazetesi*'nde "Alman Propagandasının Hedefi Nedir?"³⁰ başlığı altında Zekeriya Sertel, Alman Propaganda servisinin taktığının Türk basınına susturmak ve daha sonra da Sovyetler Birliği ve Türkiye arasındaki ilişkilerin seyrini olumsuz yönde değiştirmek olduğunu savunmuştur. Türkiye'de propaganda faaliyetleriyle Nazi rejimini aydınlar arasında da yaymaya çalışan³¹ Nazilerin yabancı ülkelerde uyguladığı faaliyetler genel olarak o ülkenin kamuoyunu Almanya lehine kazanmak adına grafik sanatlar, yeni Almanya hakkında bilgiler verecek sergiler kurmak, Alman kitap ve neşriyatını o memleket dillerine çevirmek gibi faaliyetlerdir.³² Türkiye'de de benzer yollarla etki kurmaya çalışan Naziler, özellikle kültürel alanda uyguladıkları propaganda faaliyetleri ile etki kurmaya çalışmışlardır. Bu konuda basına yansıyan haberler bir sonraki alt başlığın konusunu oluşturmaktadır.

3.2.1. Türk Basınında Yer Alan Nazi Propagandası Faaliyetleri

Nazi Almanyası Türk basını üzerinde oldukça etkili olmuş ve gazetecilerin birçoğu Nazi ideolojisine uygun olarak çok sayıda köşe yazısı yazmıştır. Yıldırım, (2018:1730) dönem içerisinde yayın yapan gazetelerden *Cumhuriyet* ve *Tasvir-i Efkâr* gazetelerinin Alman yanlısı bir tutum izlediğini, *Akşam*, *Vakit* ve *İkdam* gazetelerinin ise orta yol politikası izlerken, *Yeni Sabah*, *Haber*, *Son Telgraf*, *Vatan* ve *Tan* gazetelerinin ise müttefikler tarafında bir yayın politikası izlediğini belirtmiştir. Dönem içerisinde özellikle yazılı basının büyük bir bölümü Nazi propagandası yapmakla suçlanmaktadır. Türk basınında Nazi Almanyası yanlı yayınlar İkinci Dünya Savaşı ile başlamamış, 1933 yılında Almanya'da Naziler iktidara geldikten sonra, öteki

³⁰ Tan Gazetesi, 9 Aralık 1939 Cumartesi Sayfa.1, No:1565.

³¹ "Dahilde Yabancı Propagandaya Set Çekmeliyiz" "(...) Görülüyor ki Türkiye büyük bir Nazi propagandası hücumu karşısındadır. (...) Alman propagandasının Türkiye'deki hedefi ikidir: Biri münevverler arasında Nazi rejimini yaymak, ikincisi Türkiye'nin müttefikleri ve dostları ile arasını bozmak." Tan Gazetesi, Salı 12 ilkanun 1939, Sayfa.1, No.1568.

³² M.Zekeriya, "Almanya Nasıl Propaganda Yapar?", no.24

Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Almanya yanlısı yayınlar görülmeye başlanmıştır (Karaca,1998:149).

Sertel, (2019:208) Alman yanlısı olan gazetelerin hükümetin tarafsızlık politikasından memnun olmadıklarını ve Nazilerin zafer kazandıkları her gün Alman propagandasını gazetelerinde daha da şiddetli bir şekilde gerçekleştirdiklerini belirtmektedir. Özellikle *Cumhuriyet* Gazetesi Nazi yanlısı yazılarıyla ön plana çıkmaktadır. Henüz savaşın başlamadığı 1936 yılında yayınlanan bir yazıda, Almanya'nın savaş istemediği, Hitler'in oldukça dikkate değer bir karakter olduğu ve Alman milletinden daha mutlu başka bir milletin bulunmadığı belirtilmiştir.³³ Aynı zamanda *Ulus* Gazetesi'nde de benzer bir şekilde Hitler'in savaş istemediğini belirten bir haber yayınlanmıştır.³⁴ Türk basını kendi tarafına çekmek için Nazilerin uyguladığı en önemli faaliyetlerden biri de Türk gazetecileri Almanya'ya davet etmek olmuştur.³⁵ Yıldırım (2018:1726) bu olayı Nazi Almanyası'nın Türkiye'de gerçekleştirdiği geniş çaplı propaganda faaliyetlerinin başlangıcı olarak tanımlamaktadır. Almanya'ya giden heyet birçok Alman şehrini gezdikten sonra, Hitler'in iş kamplarını, gençlik okullarını gezmiş daha sonra Goebbels'in konuşmasını dinlemiş ve Hitler ve Goebbels tarafından da kabul edilmiştir (Koçak,2013:183).

Türk basını, Almanya'nın karşısında oldukça çaresiz bir durumdaydı. Balkanlardaki basını etkilemek için de aynı yolu³⁶ kullanan Naziler, dönem içerisinde Türkiye'de oldukça büyük bir ticaret payına sahip olduğu için, Türk gazetelerini birçok yönden güç duruma sokabiliyordu. Örneğin, Alman şirketleri dönem içinde gazetelere ilanlar veriyor, Almanya lehine yazı yazmayan gazetelere verdikleri ilanları geri almakla tehdit ederek bazı Türk gazetelerini güç durumda bırakabiliyordu (Glasneck,1976:24). Bu konuda 1939 yılında Tan gazetesinde çıkan haber, Vidman firması müdürünün gazeteyi ilan vermemekle tehdit ettiğini ve bu tehdit üzerine bütün

³³ "Hitler, Danzig ve Memeli İstiyor!" Cumhuriyet Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, 22 Eylül Salı 1936, Sayfa.3, No:4440.

³⁴ "B. Loyd Corç "Ulus Gazetesi, 23 Eylül 1936 Çarşamba, Sayfa.5, No:5445.

³⁵ Bu olayla ilgili Milliyet gazetesinde çıkan bir haber: "Gazetecilerimiz Almanya'ya çağrıldı", Milliyet Gazetesi, 2 Nisan Salı 1935, Sayfa.2, No.3283.

³⁶ "Balkanlarda Nazi Propagandası Nasıl Çalışıyor?" "(...) Gazetelerin birine yığın yığın ilanlar veriliyor, muhabirlerine türlü türlü kolaylıklar gösteriliyor ve bunlar ucuz ücretler mukabilinde istedikleri telgraf ve telefon muharebeleri yapıyorlar. (...)" Tan Gazetesi, Perşembe 21 İlkkanun 1939, Sayfa.1, No.1577.

Alman müesseselerinin *Tan*'a ilan vermekten vazgeçtikleri belirtilmektedir.³⁷ Ayrıca Türkiye'nin kağıt gereksiniminin büyük ölçüde Almanya'ya bağımlı olması da durumu etkilemiştir (Glasneck,1976:24). Yine *Tan* Gazetesi gibi Sovyet dostluğu ve faşizm düşmanlığı görüşlerine sahip (Sertel,2019:198) gazeteler Alman firmalarından Deutsche Orient Bank tarafından satın alınmaya çalışılmıştır.³⁸

Ayrıca TBMM'de propaganda yapmak suç olarak belirlenmiştir. TBMM'de 11 Haziran 1936 yılında, milli menfaatlere aykırı hareketlerde bulunmak amacıyla yabancılardan para veya menfaat kabul eden vatandaşlara üç seneden on seneye kadar ağır hapis ve beş yüz liradan iki bin liraya kadar ağır para cezası verilmesi kararlaştırılmış ve eğer para veya menfaat basın vasıtasıyla propaganda yapmak için verilmiş ya da vadedilmişse de cezanın üçte birden aşağı olmamak üzere arttırılması kabul edilmiştir.³⁹ Fakat Glasneck (1976:24) Türk basınındaki bu durumun Nazi Almanyası'nın gazetede görev yapan kişilere ve gazetelerin sahiplerine rüşvet vermesine neden olduğunu belirtmektedir (Glasneck,1976:24).

Türkiye'de kültür kalesini ele geçirmek amacıyla Naziler birçok dergi çıkarmaktadırlar. Joseph Goebbels'in Propaganda Bakanlığı ile doğrudan bağlantılı olan Signal dergisi, *Türkische Post* Gazetesi, *Völkischer Beobachter* ve *Deutsche Allgemeine Zeitung* gazeteleri Alman kitapçılar vasıtasıyla İstanbul'da dağıtılmıştır (Güven ve Yılmazata,2014:192). İstanbul'da Almanca olarak yayınlanan ve Nazi Almanyası'nın propaganda araçlarından biri olan *Türkische Post* Gazetesi 9 Aralık 1939 yılında, bazı gazetelerde yer alan Almanya'nın Türkiye'de propaganda yaptığına dair haberlere ve *Tan* Gazetesi'nin iddialarına karşı bir cevap yazısı yazmıştır. *Türkische Post* cevap yazısında Türkiye'de yer alan Alman basın servislerinin⁴⁰ zaman zaman Türk basınına haberler yolladığını doğrulamakta ancak bu haberlerin Türk basınının kendi takdirine bağlı olarak kullanıldığını belirtmektedir.⁴¹ Aynı zamanda Alman basın servislerinin Türkiye'nin hiçbir şekilde başka ülkelerle olan ilişkilerini

³⁷ "Bu Suallere Cevap Verebilirler mi?" *Tan* Gazetesi, 13 İlkkanun 1939 Çarşamba, Sayfa.1, No.1569.

³⁸ *Tan* Gazetesi, 12 İlkkanun Salı 1939, Sayfa.6, No.1568.

³⁹ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.V, Cilt.12, İçtima.1, 11 Haziran 1936, sayfa.212.

⁴⁰ Glasneck, (1976:19-20) Türkiye'de DNB ve Transcontinent-Press başta olmak üzere altı adet Alman haber ajansının bulunduğunu belirtmektedir.

⁴¹ *Türkische Post* Gazetesi, 9 aralık Cumartesi 1939, No.298.

etkilemek gibi bir amaç taşımadığını aksine diğer ülkelerin basın servisleri tarafından yayılan yanlış haberleri düzeltmek amacını taşıdıklarını vurgulamıştır.

Bu açıklamanın dışında *Türkische Post* Gazetesi, *Tan* Gazetesi'nin Almanlar tarafından satın alınmak istendiklerine dair haber ile alakalı kapsamlı bir soruşturma yaptıklarını ve bu durumun gerçek dışı olduğunu yazmıştır. *Tan* Gazetesi ise, *Türkische Post*'un Türkiye'de Nazi propaganda faaliyetlerinin bulunmadığını belirttiği yazısına karşı, Pravda gazetesinin Türk basını hakkında eleştirel yazısının Türkçeye çevrilip dağıtılmasının, Almanya tarafından çıkarılan Beyaz Kitabı halka bedava dağıtmanın propaganda niteliğinde olduğu cevabını vermiştir.⁴²

İkinci Dünya Savaşının ilk aylarında Almanların büyük zaferleri basında ve böylece yurttan geniş yankılar uyandırmıştır. Sertel (2019:208) özellikle Alman zaferlerini büyük puntolarla gazetelerinde haberleştiren Alman yanlısı gazetelerin amacının Türk kamuoyunda Alman yanlısı bir tutum yaratmak olduğunu belirtmiş ve Alman elçiliğinin de Nazilerin bu zaferlerinden yararlandıklarını yazmıştır. Gazetecilerin Almanya'ya daveti, Alman şirketlerinin Türk gazetelerine ilan vermesi ve Alman kağıt şirketlerinin İngiltere ve Fransa'dan çok daha ucuza kağıt gereksinimini sağlaması Nazi Almanyası'nın basın üzerindeki faaliyetlerinin birkaçıdır (Uzgel,2009:306). Savaş başlamadan önce de Almanlar hakkında güzellmelerle dolu yazılar yazan Nazi yanlısı gazeteler yurttan büyük bir karşılık bulmuştur. Yalnızca gazeteler yoluyla değil, aynı zamanda ticaret yapan bazı firmalar da Türk tüccarları savaş başlamasına rağmen Almanya'da her şeyin yolunda olduğuna ikna etmeye çalışmışlardır.⁴³

Türk basınındaki Nazi karşıtı gazetelerden belki de en önemlilerinden biri *Tan* Gazetesi olmuştur. Dönemin *Tan* Gazetesi kurucularından biri olan Zekeriya Sertel'in (2019:198) anılarında anlattığı üzere, 1933 yılında iktidara gelen Naziler ile birlikte Türkiye'deki faşist gençler harekete geçmiş ve yurttan özellikle gençler arasında faşist propaganda yapmaya başlamış ve bu amaçları karşısında en büyük engel *Tan* Gazetesi olmuştur. Dönem içerisinde adeta propaganda savaşlarının ortasında kalan Türkiye'de yalnızca Alman değil, aynı zamanda İngiliz, Amerikan ve Rus propagandası da güçlü

⁴² "Türkische Post'a Cevap" *Tan* gazetesi, 12 ilkanun (aralık) Salı 1939, Sayfa.1, No.1568.

⁴³ "Bütün Bunlara Lakayt Kalacak Mıyız?", *Tan* Gazetesi, 12 ilkanun Salı 1939, Sayfa.1, No.1568

durumdadır. Zekeriya Sertel, Alman propagandasına karşılık İngiltere ve ABD'nin Türk gazetecilerini kendi ülkelerine davet ettiklerini ve onlara kendi savaş çalışmalarını ve gündün güne artan kuvvetlerini gösterdiklerini belirtmiştir (Sertel, 2019:209). Bu gezintiden sonra gazetelerinde Müttefiklerin savaşı kazanma ihtimalinin oldukça yüksek olduğunu belirten gazeteciler kamuoyunda büyük tepkiler yaratmış ve hatta hükümet politikası üzerinde bile etkili olmuşlardır. O zamana kadar kabinede Alman yanlısı olanların büyük bir rol oynadığını belirten Sertel, (2019:214) bu kişilerin baskısı nedeniyle zaman zaman tarafsızlık politikasıyla bağdaşmayan kararların da alındığını belirtmektedir.⁴⁴

Görüldüğü üzere basında yer alan haberler yalnızca kamuoyunu harekete geçirmiyor, aynı zamanda hükümet politikasını etkileyip karar alma süreçlerinde de etkili oluyordu. Nazi Almanyası kamuoyunun hükümet üzerindeki etkisinin ve baskı yaparak hükümet politikasına etki edeceklerinin farkındaydı. TBMM Zabıt Ceridelerinde 1933-1945 yılları arasında yapılan taramada da Nazilerin Türkiye'de uyguladığı propaganda faaliyetleri hakkında hiçbir konuşma bulunmamaktadır. Yalnızca TBMM'de 22 Mayıs 1944 yılında yapılan bir konuşmada propaganda alanında da ekonomi alanında gösterdiğimiz başarısızlığı gösterdiğimizi, muhtelif propagandalar ülkemizde kendi bayrağını dalgalandırırken bizim kendi bayrağımızı açmadığımızı⁴⁵ ve ülkede yabancı propagandasının bulunduğunu belirten bir konuşma yapılmıştır.⁴⁶

Cumhuriyet Gazetesi ve *Tan* Gazetesi iki ayrı görüşe sahip olmaları nedeniyle dönem içerisinde dikkat çekici tartışmalar yaşamışlardır. Bu tartışmalardan belki de en çok dikkat çeken Alman Propaganda Bakanı Goebbels'in bir toplantıda söylediği bir söz üzerine yaşanan tartışmadır. Goebbels'in, Nürnberg'deki kongrede "davamız, Lehistan'da, Avusturya'da, Bulgaristan'da, Sırbistan'da, Türkiye'de muvaffakiyetle yürümektedir" sözleri büyük tartışmalara neden olmuştur. Bu sözler üzerine *Tan* Gazetesi yazarlarından olan Sabiha Sertel, "Herr Goebbels Doğru Söylüyor" başlığı

⁴⁴ Sertel bu kararlara örnek olarak Almanya'nın Romanya yoluyla Karadeniz'e indirdiği küçük savaş gemilerinin geceleri gizlice Boğazlardan geçirilmesine göz yumulduğunu ve Almanya'nın, Afrika'daki kuvvetleri, hükümetin göz yumma politikası sayesinde beslemeyi ve desteklemeyi başardığını belirtmektedir. Bknz: Sertel, a.g.e., ss.214.

⁴⁵ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VII, Cilt.10, İçtima.1, 22 Mayıs 1944, sayfa.158.

⁴⁶ TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VII, Cilt.10, İçtima.1, 22 Mayıs 1944, sayfa.157.

altında, Türkiye'deki Nazi propaganda faaliyetlerinin oldukça kapsamlı bir şekilde yürütüldüğünü belirtmiştir. Bu nutuktan Türkiye'deki Nazi yayılmasının amacı seyrinde ilerlediğini ve İspanya'daki gibi Nazilerin Türkiye'de de rejim aleyhinde çalıştıkları savunulmuştur.⁴⁷

Sabiha Sertel gazetede yazısında, İstanbul'da ve hatta Anadolu'nun içinde Nazilerin teşkilatla çalıştığına dair emarelerin mevcut olduğunu, antisemitizm ve faşizm propagandasının sürekli olarak faaliyet halinde olduğunu belirtmiştir.⁴⁸ Sabiha Sertel, bu zümrenin sürekli olarak ideolojilerini Türk kamuoyunda da yaymak adına kitap çıkarmaya ve hatta devlet meselelerine dahil olmaya başlamış oldukları savunmuştur. Yazıda aynı zamanda Türkiye'nin yabancı okullarda okuyan gençlerinin yüzde seksen gibi bir oranda Almanya'da faşist okullarda okuduğunu ve Türkiye içinde de gizli bir şekilde gençleri ve halkı faşist düşüncelerle zehirlenmeye çalışan propagandacıların sinemada da etkili olduğunu vurgulamıştır.

Yazılanlara benzer bir şekilde Yılmaz, (2007:698) EGM'ye gelen Nazi propaganda faaliyetlerini incelediği çalışmasında, Almanya'da eğitim alan Türk öğrencilerin ve askerlerin Nazilerin ideolojisi ve usullerinden sınava girmeye zorunlu olduklarını, zamanla Nazilere sempati duyan bu gençlerin Nazi örgütlerine üye olup, Türkiye'ye dönünce aldıkları bu ideolojik eğitime göre çalıştıklarının bildirildiğini yazmıştır. Nazi Almanyası'nın Türkiye üzerinde sağlamış olduğu ekonomik etki, kültürel alanda da kendisini göstermeye başlamış ve Nazi Almanyası kültürel politikada özellikle Türk üniversitelerine odaklanmıştır (Brügel,1991:27). Glasneck (1976:30-31) bu konuda özellikle Alman bilim ve kültürünün siyasal propaganda aracına döndüğünü belirtmektedir. Türk Üniversiteleri'nde yer alan Alman profesörler de Nazi propagandası yapmakla suçlanmaktadırlar. Bu konu ile ilgili olarak Yılmaz, (B.C.A. 33.170.01 s.71., akt. 2007:698-699) 6 Haziran 1939 yılında Ankara'da Dil, Tarih ve Coğrafya Fakültesi'nde Profesör olan iki Alman'ın Türk öğrencilerine Nazi propagandası yaptığını ve Türk-İngiliz Antlaşması hakkında Atatürk yaşasaydı çok daha temkinli olacağını bildirildiği bir ihbardan bahsetmektedir.

⁴⁷ Tan Gazetesi, 19 Ekim 1937, Sayfa:5, No.889.

⁴⁸ Sabiha Sertel, "Her Goebbels Doğru Söylüyor", Tan Gazetesi, 17 İlkteşrin (ekim) 1937 Pazar, Sayfa.5, No:887.

Sertel'in 1937 tarihli yazısına cevap Nazi eğilimli yazarlara sahip olan *Cumhuriyet Gazetesi* tarafından verilmiştir. *Cumhuriyet Gazetesi*'nde yayınlanan ve "Bir nutuk üzerine koparılan lüzumsuz gürültüler" başlığı altındaki yazıda, Türkiye'de herhangi bir Nazi propaganda faaliyetinin dikkatlerini çekmediği, Kemalizm'in ne olduğunu bilen bir Türk çocuğunun asla propagandanın tesiri altında kalmayacağı savunulmuştur.⁴⁹ Goebbels'in sözleri üzerine yaşanan bu tartışma uzunca bir süre devam etmiştir. *Cumhuriyet Gazetesi* sonunda *Tan Gazetesi*'ni komünist propaganda yapmakla suçlamıştır.⁵⁰ *Tan Gazetesi*'nin baş muhabiri olan Ahmed Emin Yalman ise, "Çok Lüzumlu Bir Hassasiyet" başlığı altında, bir Türk gazetesinin Alman propaganda bakanının avukatlığına soyunmaya hakkının olmadığını yazmıştır.⁵¹

Yalman, aynı yazıda Türkiye'de herhangi bir propaganda faaliyetlerinin dikkatlerini çekmediğini belirten *Cumhuriyet Gazetesi*'ni dar görüşlü olarak nitelendirmiş ve Nazi propagandasının kendi haber sütunlarına dahi sokulduğunu belirtmiştir. Bu duruma örnek olarak Alman bayrağının *Cumhuriyet Gazetesi*'nde "Nürnberg kongresi binasının önünde dalgalanan bayraklardan biri" denilerek ilk sayfada çıktığını ve daha sonra propaganda kokulu yazı ve resimlerin sık sık bu gazetede yer aldığını belirtmiştir. *Tan Gazetesi*, *Cumhuriyet Gazetesi*'ni memleket meselelerinde titiz olmasına rağmen Alman propagandası karşısında lakayt kalmakla suçlamaktadır.⁵²

Tan Gazetesi'nde yer alan en dikkat çekici iddia ise 19 Ekim 1939 yılında yazılan bir yazıdır. Bu yazıya göre, yurtdışında bulunan bütün Almanlar Nazi propaganda servisinin emrinde çalışmaya mecburdurlar.⁵³ Bu teşkilata girmek istemeyenlerin elinden pasaportları ve Almanya'da bulunan mülkleri alındığı gibi, Almanya'da yaşayan akrabaları da zor durumda bırakılmaktadır. Almanların yabancı ülkelerde yaşayan tüm Almanları kendi propagandacısı olarak kullandığını belirten yazı, bu Almanlara Hitler'in bir memuru olduklarının söylendiği ve kimlerle iş

⁴⁹ "Bir nutuk üzerine koparılan lüzumsuz gürültüler ", *Cumhuriyet Gazetesi*, 18 Ekim 1937 Pazartesi, Sayfa.2, No:4825.

⁵⁰ "Propaganda yapan kimdir? Gürültünün içyüzünü meydana vuruyoruz!" "Bu yaygaradan maksadları, ötedenberi alet oldukları komünizm propagandasını gizlemektedir." *Cumhuriyet Gazetesi*, 20 Birinciteşrin Çaeşamba, Sayfa.3, No:4827.

⁵¹ Ahmed Emin Yalman, "Çok Lüzumlu Bir Hassasiyet" *Tan Gazetesi*, 19 Ekim 1937 Salı, No:889

⁵² *Tan Gazetesi*, 19 Ekim 1937, Sayfa:5 No.889.

⁵³ "Türkiye'de Gizli Alman Propagandası" *Tan gazetesi*, 9 ilkanun Cumartesi 1939, Sayfa.6, No.1565.

yapacakları, nereden alışveriş edecekleri, hangi gazeteyi okuyacakları ve Nasyonal Sosyalizm adına nasıl propaganda yapacakları hakkında talimat verildiğini belirtmektedir. En önemlisi ise, Alman Gestapo teşkilatı yurtdışında yaşayan tüm Almanlara ait bir dosya hazırlamakta ve bu kişileri gizli memurları ile sürekli olarak kontrol etmektedir. *Tan* Gazetesi bu iddianın yanı sıra, Türkiye’de bulunan bütün Alman müesseselerinin ve vatandaşlarının İstanbul’daki mahalli merkeze bağlı oldukları, oradan emir ve direktif alıp kendi kendilerine faaliyette bulunamadıklarını belirtmiştir.⁵⁴

Nazi Almanyası büyük bir spor etkinliğinin propagandaya dönüştürülmesinde de başarılı olmuş, 1936 Berlin Olimpiyatları Nazi Almanyası için bulunmaz bir propaganda fırsatına dönüşmüştür. Oyunlardan önce Almanya içerisinde büyük bir bölüme sirayet etmiş olan Yahudi karşıtı semboller, işaretler ve yazılar kaldırılmıştır. Bakanlığın emrine göre ırk sorunları asla kamuoyunda tartışılmayacaktır ve açılış törenlerinden bir aydan az bir süre önce Nazi partisi ve Propaganda Bakanlığı, 1 Ağustos ile 7 Eylül 1936 arasında yapılması planlanan tüm Nazi partisi toplantılarının erteleneceğini duyurmuştur (Socolow,2016:89). Olimpiyatlar boyunca Almanya içindeki Yahudi karşıtlığı gizlendiği gibi, militarist bir hale bürünmüş halkın da daha normal görünmesi için çaba gösterilmiştir. Ancak Goebbels’in vatandaşların daha az muntazam görünmesi ve daha çeşitli ve doğal görünme talebi başarısız olmuş, bakılan her yerde Almanlar otobüs şoförlerinden Hitler Gençliği’ne ve askerler, denizciler ve hatta sokak süpürücülerine kadar üniformalı görülmüşlerdir (Socolow,2016:89). Tüm Almanya sokakları oldukça temiz görülmüş ve tüm Almanlar bilinenin aksine turistlere güler yüzlü yaklaşmışlardır. Dünyanın dört bir yanından gelen turistler daha sonra şehri Temmuz ve Ağustos 1936’da Nazi hükümetinin ürettiği en büyük reklam olarak hatırlamışlardır (Socolow,2016:90).

Naziler, Almanya’nın ve dünyanın dört bir yanından gelen turistlerden dövizin kazanılması ve Alman saygınlığının yaratılması için her fırsatı akıllıca sömürmüştür (Socolow,2016:91). Nazi Almanyası bu etkinliğe ev sahipliği yaparak sahip olduğu yeni ideoloji ile oluşmuş yeni Almanya’ya tüm dünyanın hayranlık ile bakmasını

⁵⁴ “Türkische Post’a Cevap” *Tan* Gazetesi, 12 ilkanun Salı 1939, Sayfa.6, No.1568.

sağlamıştır. Nazilere göre, turistler cezbedilebilir, aralarında olumlu izlenimler yaratılabilir ve Almanya gibi, “açık” veya kooperatif otoriterizm ile Sovyetler gibi “kapalı” veya uzlaşmaz otoriterizm arasındaki zıtlık aydınlatılabilirdi (Socolow,2016:93). Ülkeye giren turist doları ve uluslararası üreticilerden ve iş liderlerinden gelen doğrudan yatırım, Alman hükümetine Olimpiyat Oyunlarına yatırımın karlı bir şekilde geri dönüşü için bir fırsat sağladı (Socolow,2016:93). Olimpiyat oyunları sonrasında Leni Riefenstahl tarafından çekilen ve adeta Alman ırkının üstün ırk olarak gösterildiği “Olympia” filmi hazırlanmıştır. Bu film dünyada birçok sinemada gösterime girmiştir. Bu sinema salonları arasında Türkiye de bulunmaktadır. Örneğin, 8 Nisan 1939 yılında *Türkische Post* Gazetesi 'nde çıkan bir haberde, Olympia filminin Ankara'daki “Sakarya” sinemasında gösterimi olduğu haberi yayınlanmıştır.⁵⁵

Oyunlar Türk basınında da geniş yankılar uyandırmıştır. *Cumhuriyet Gazetesi* oyunlar için Berlin'de bir milyon seyircinin toplandığını bildirmiştir.⁵⁶ *Halkın Sesi* Gazetesi ise bu sayıyı iki milyon olarak belirtmiştir.⁵⁷ *Cumhuriyet Gazetesi* yazarı Ahmed İhsan, Almanların Olimpiyat için büyük masraflarda bulunduğunu ancak kazancının bire beş olacağını, hiçbir milletin hiçbir işe bu kadar ihtimamla hazırlanamayacağını belirtmiştir.⁵⁸ Aynı zamanda Türk kafilesi Berlin'de Türk bayrakları ile karşılanmış, Olimpiyat komitesinden bir kişi Almanca ve Türkçe nutuklar söylemiştir.⁵⁹ Tüm bu görkemli karşılamalar ve oyunlar sırasında Almanya'nın başarılı bir ev sahibi olmasının yanı sıra oyunların başlamasına henüz iki yıl varken Yahudi atletler Amerika takımına girmemeye davet edilmiştir.⁶⁰

Nazi propagandacıları Türkiye'de daha çok kültürel alanda faaliyet göstermeye önem vermiştir. Bu kültürel faaliyetler, çeşitli dernekler ve dil okullarının açılmasıyla Alman kültürünün ve dilinin Türkiye'de tanıtılıp Almanya'ya karşı bir hayranlık

⁵⁵ *Türkische Post*, 8 Nisan 1939, Sayfa.4, No.83.

⁵⁶ “Berlin Olimpiyatları Bugün Açılıyor” *Cumhuriyet Gazetesi*,1 Ağustos 1936 Cumartesi, Sayfa.5, No:4388.

⁵⁷ “Berlin Olimpiyatları Açıldı” *Halkın Sesi*, 3 Ağustos 1936 Pazartesi, Sayfa.1, No.2854

⁵⁸ Ahmed İhsan “Berlin'de Hazırlıklar Sona Ermek Üzereyken” *Cumhuriyet Gazetesi*, 2 Ağustos 1936 Pazar, Sayfa.6, Sayı:4389.

⁵⁹ Ahmed İhsan, “Türk Gençleri Büyük Merasimle Karşılandı” *Cumhuriyet Gazetesi*, 24 Temmuz Cuma 1936, Sayfa.6, No:4380.

⁶⁰ “Yahudi Atletler Amerika Takımına Girmemeye Davet Ediliyor” *Halkın Sesi*, 13 Ağustos 1934 Pazartesi, Sayfa 4, No.2244.

duygusu yaratılması ve Almanların bir cazibe unsuru haline gelmesini içermektedir. Bu noktada bir sonraki bölümde Nazi Almanyası'nın Türkiye'de kültürel alanda uyguladığı faaliyetler Teutonia ve Alman Akademisi başlıkları altında değerlendirilecektir.

3.2.2. Kültürel Alanda Uygulanan Propaganda Faaliyetleri: Teutonia ve Alman Akademisi (Deutsche Akademie) Örnekleri

Nazi Almanyası'nın Türkiye'de kültürel alanda uyguladığı en önemli faaliyet eğitim, Alman kültürünü yüceltme ve antisemit ideolojinin yayılmaya çalıştırılmasıdır. *Tan* Gazetesi'nin, kültür alanında Türkiye'de propaganda faaliyetlerinde bulunduğu 9 Haziran 1938 tarihli "Kültür Propagandası" başlığı altında çıkan yazıya göre, İstanbul'da Türkçe gazete ve dergilerden fazla yabancı ülkelerin gazete ve dergileri satılmakta ve hatta Beyoğlu ve Kadıköy iskeleleri ile istasyonlardaki satış merkezlerinde yabancı gazete ve dergilerden başka hiçbir şey bulunmamaktadır.⁶¹ Yabancı gazete ve dergilerin satışını Fransız Haşet Kütüphanesi ve Alman kitapçı dükkanlarının idare ettiğini belirten yazı, özellikle kitapçı dükkanlarının Avrupa ülkelerinin kendi propagandalarını yapmaları için faal bir merkez olarak kullanıldığını belirtmektedir. Ayrıca bu kitapçıları yine o ülkelere gönderilen yabancı memurların idare etmesinin ise hem kanuna aykırı olduğu hem de çok daha fazla zararlı olduğu belirtilmiştir.

Türkiye'de faaliyet gösteren bu kitapçı dükkanlarından en önemlisi haberde de belirtildiği üzere Erich Kalis'in Beyoğlu'ndaki kütüphanesidir. Yılmaz, (B.C.A. 33.166.01 s.63.Ek: V, akt.2007:699) 3 Haziran 1939 tarihli bir yazıda İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde öğrenci olan bazı kişilerin Kalis Kütüphanesi'nin önünden geçerken Nazi selamı verdikleri ve Almanların da bu selamı memnuniyet içinde karşıladıklarının İstanbul Valisine bildirildiği belirtmiştir. Yukarıdaki haber yazısında da belirtildiği üzere, bu gibi kütüphaneler kültür için bulunmaz bir propaganda aracına dönüşebilmektedirler. EGM'ye iletilen bir başka raporda Yılmaz, (B.C.A. 33.169.01, akt.2007:698) Paris'te yayınlanan *Le Temps* Gazetesi'nin 12 Temmuz 1933 yılındaki yayınında yurtdışından gelen gazetelerin içine Alman

⁶¹ M.Zekeriya, "Kültür Propagandası" *Tan* Gazetesi, 9 Haziran Perşembe 1938, Sayfa.5, No.1117.

propagandası yapan beyannamelerin sıkıştırıldığı ve bunları İstanbul'daki Nazi yanlısı memurların bayilere bahşiş vererek yaptığının bildirildiğini yazmıştır.

Sabiha Sertel, 10 Mayıs 1938 yılında *Tan* Gazetesi'ndeki bir yazısında ülkelerin propaganda yoluyla bir ülkeye nasıl nüfus ettiklerini ve etki altına aldıklarını açıklamaktadır.⁶² Sertel yazısında, önceki yıllarda doğrudan doğruya askeri bir müdahale ile ülkelere saldırıda bulunulduğunu ancak on sekizinci yüzyılın sonları on dokuzuncu yüzyılın başlarına doğru bu durumun taktik değiştirdiğini yazmıştır. Artık devletlerin askeri bir hücum yapmak yerine kaleyi içten fethetmek için yeni taktikler kullanmaya başladıklarını belirten yazıda, bu amaç uğruna siyasi olarak ele geçirmek istenilen milletin halkları ile öncelikle dostluk ilişkilerinin kurulduğu belirtilmektedir. Dostluk ilişkisi kurulduktan sonra ilk yıkılacak kale ise ekonomi kalesidir. Ekonomi kalesini ele geçiren bir milletin, o milletin şah damarını ele geçirdiğini belirten yazı, daha sonraki hedefin ise kültür kalesini ele geçirmek olduğunu vurgulamıştır. Bunun usulünü ise, kendi yüksek kültürünü ele geçirmek istediği memleketlere sokup, o memleketin nispeten geri kalmış olan gençleri üzerinde kendi kültürüne bir hayranlık ve sempati duyguları uyandırmak olarak görmüştür. Kendi dilinde eğitim yapan okulların açılmasını teşvik etmenin, gençleri içine çeken teşkilatlar kurmanın, tercüme yapmanın kültür kalesini ele geçirmek için uygulanan propaganda faaliyetleri olduğu belirtilmektedir. Kültür kalesini ele geçiren bir ülke sonunda o ülkeyi askeri hücum olmaksızın tamamen kaleyi içten fethederek ele geçirmektedir.

Kütüphaneler ve kıraat salonları aracılığıyla özellikle Türkiye'deki gençler arasında propaganda yapılmaya çalışıldığı Türk basınında bazı tarihlerde haber konusu yapılmıştır. Bu haberlerin bir tanesi, 1938 yılında *Haber* Gazetesi tarafından kaleme alınmıştır. Habere göre; özellikle 1936'dan bu yana Nazi propaganda faaliyetleri Türk gençleri hedef almaya başlamış ve bir üniversitenin oldukça yakınına bir kıraat salonu açılmıştır.⁶³ Bu durum her ne kadar kabul edilebilir ve masum görünse de haberde asıl sorun oluşturan kısım, bu kıraat salonunun tavanında Nazi gamalı haçın yer aldığı bildirilmesidir. Aynı şekilde *Tan* Gazetesi 22 Şubat 1938 yılında, Divanyolu'nda üniversiteye oldukça yakın bir noktada Nazilerin bir okuma odası

⁶² Sabiha Zekeriya Sertel, "Milli İstiklal Kavgası", *Tan* Gazetesi, 10 Mayıs Salı 1938, Sayfa.5, No.1087.

⁶³ "Nazi Propagandasına Müsaade Edemeyiz" *Haber* Gazetesi, 31 İkincikanun 1938 Pazartesi, Sayfa.4, No.2170.

açtıklarını ve bu okuma odasının duvarına kocaman bir swastika yerleştirdiklerini, duvarlarına ise Hitler'in resimlerinin asıldığını belirtmektedir.⁶⁴ Haberin en ilgi çekici noktası ise, Nazilere ait kitap ve dergilerin bulunduğu ve propaganda amaçlı faaliyet gösterdiğinin belirtildiği bu okuma odasının başında Türk Üniversitelerinden birinde görev yapan bir Almanın bulunduğu iddia edilmesidir. Bu okuma odasının amacının ne olduğu konusunda Alman haçının tavanında yer alması kesin bir sonuç doğurmaktadır.⁶⁵

Yalnızca Türk kamuoyu üzerine değil, başka ülkeler içinde de çeşitli propaganda ağları kuran Nazilerin, özellikle gençleri ve aydınları hedef aldığı görülmektedir. Gençler ve aydınlar üzerinde gerek kendi ideolojilerini yaymak gerekse de Almanya'nın lehine olacak olumlu duygular oluşturmak adına birçok faaliyette bulunulmuştur. Örneğin, Macaristan'da Alman gazeteleri bedava kitap dağıtırken, üniversitelerde Nazi profesörleri ders vermekte, Romanya'da gazeteler Nazi işaretleri ile dolmakta, Yunanistan'da Alman gazetelerinden başka gazete bulunmamaktadır.⁶⁶ Buna benzer bir şekilde Türkiye'de de Nazi propagandası yapan kitaplar Ankara'da Akba Kitabevi'ne hiçbir karşılıklı almadan verilmektedir ve oldukça düşük bir meblağa satıldığı valiliklere duyurulmuştur. (B.C.A 33-170.01-32720, akt. Yılmaz,2007:698).

Nazilerin en büyük propaganda malzemelerinden biri de Kurtuluş Savaşı'nı gerçekleştirip yeni Türkiye Cumhuriyeti'ni kuran Atatürk ile, Almanya'yı Versay Antlaşmasının yükümlülüklerinden kurtaran Hitler'in ortak yanlarını bulmaya çalışıp Türk kamuoyunda etki sağlamaktır. Özel günleri kutlamak için buluşan Alman topluluklarının İstanbul, Ankara ve İzmir gibi şehirlerde planladığı kutlama faaliyetleriyle ilgili EGM'ye gelen raporlar hakkında Yılmaz (B.C.A. 33.169.01.akt.2007:696), 1 Mayıs İşçi Bayramını Hitler'in Alman Milli İş Bayramı olarak kabul etmesi ile İstanbul Palas'ta bir toplantı gerçekleştirildiğini ve sefaret müsteşarının Mustafa Kemal Atatürk'ün Türk Milletini yükselttiği gibi Hitler'in de

⁶⁴ "Dikkat ve İhtiyat" Tan gazetesi, 22 Şubat Salı 1938, Sayfa.5, No.1010.

⁶⁵ Ahmet Emin Yalman, "Almanya'dan Gelen Haberler", Tan Gazetesi, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.3, No.997.

⁶⁶ M.Zekeriya, "Almanya Nasıl Propaganda Yapar?", no.24.

Almanya'yı yükselteceğinin söylendiği, Türk Alman bayraklarının iki yanına resimler asılarak birlikte marşlar söylenildiğini belirtmiştir.

Sahip olduğu ideolojiyi adeta birer ihracat malı gibi başka ülkelere pazarlayan Nazilerin, Türkiye'de odaklandığı bir diğer husus da antisemitizmin yayılmasıdır. Buna ek olarak, Alman hükümeti Alman diplomatik misyonları, ticaret büroları ve Nazi Partisi'nin yurtdışındaki şubeleri gibi çeşitli kanalları kullanarak Yahudileri ve Yahudi faaliyetlerini Almanya dışında itibarsızlaştırmak için büyük çaba göstermiştir (Michels H.,1992, akt., Güven ve Yılmazata,2014:193). Bali, (2008:113) 1923 yılından itibaren halk içerisinde var olan antisemit ideolojilerin, Hitlerin iktidara geldiği 1933 yılından itibaren taraftar bulmaya başladığını belirtmektedir. Özellikle 1934 yılında Trakya'da gerçekleşen antisemitik olaylar da Nazi Almanyası'nın bu ideolojiyi Türkiye'de yaymakta başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada Türkiye'de antisemitik düşüncelere sahip olan bazı yazarlar ve gazeteciler Türk kamuoyunda Yahudilere karşı bir nefret kampanyası başlatmışlardır. Her ne kadar olayda direkt olarak Nazi parmağı bulunup bulunmadığı belli olmasa da Hitler Almanyası'ndaki Yahudi karşıtı hareketten etkilenen ve harekete destek veren bu kişiler Trakya olaylarının yaşanmasında etkili olmuşlardır. Bu noktada Bali, bir Yahudi ileri geleninin Türkiye'deki antisemitizmin Nazi taraftarları tarafından yayıldığını iddia ettiğini belirtmektedir (Bali,1999:43-44).

Cevat Rıfat Atilhan ve Nihal Atsız gibi isimlerin eserleri antisemit ideolojinin yayılmasına sebep olmuştur. Almanya'da bulunduğu sırada, Nazi devlet adamlarıyla ve Yahudi aleyhtarı çevrelerle yakın ilişkiler kuran Atilhan, 4 Mart 1934 yılında Münih'te "Siyonist, Komünist ve Farmason Düşmanları Kongresi'ne katılmıştır (Bozkurt,2018:107). Bozkurt, (2018:107) Atilhan'ın bu kongrede oluşturulan uluslararası Yahudi karşıtı bir teşkilatın Türkiye temsilciliğine getirildiğini ve amatör olarak yürüttüğü faaliyetlerin artık evrensel ve daha profesyonel bir hal aldığını belirtmektedir. Cevat Rıfat Atilhan hakkında Nazi yanlısı yazıları ve İğneli Fıçı adlı kitabı yüzünden bir dava bile açılmıştır. Ancak davanın sonunda, Atilhan'ın İğneli Fıçı kitabında Yahudiler aleyhine değil, Siyonizm aleyhine makaleler bulunduğu kararlaştırılmış ve bu da bir suç teşkil etmediği için beraat etmiştir.⁶⁷

⁶⁷ "Bir Kitaptan Doğan Dava Neticelendi" Tan Gazetesi, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.4, No.997.

Cevat Rifat Atilhan dışında Orhun Dergisinin sahibi Nihal Atsız da koyu bir Yahudi düşmanıdır. Dergisinin 21 Mart 1934 yılında çıkan sayısında Atsız, (1934:93) “Komünist, Yahudi ve Dalkavuk” başlığı altında, Türkiye’nin içindeki düşmanların üç adet olduğunu, bunun da komünistler, Yahudiler ve dalkavuklar olduğunu belirtmiştir. Yahudilerin buldukları bütün ülkelere düşman olduğunu belirten Atsız (1934:94), Yahudi ile sonradan Türkleşmiş Yahudi arasında hiçbir farkın bulunmadığını yazmıştır.⁶⁸ Bu tarz bir üslupla hem Yahudilere hem de daha sonradan Türkleşmiş olan Yahudilere karşı bir nefret yaymanın amaçlandığı oldukça nettir. Nihal Atsız yine aynı dergideki bir yazısında, bir Türk ve bir Yahudi çocuğunun aynı gün doğup aynı terbiyeyi alsa bile birbirlerinden farklı olacaklarını, Türk çocuğunun yiğit ve doğru, Yahudi çocuğunun ise korkak ve sahtekar olacağını belirtmektedir.⁶⁹

Bali, (2008:117) 1934 yılında Trakya’da gerçekleşen olayları, Nihal Atsız’ın Orhun dergisinde yazmış olduğu antisemit yazılar, Yahudi tüccarların Trakya ekonomisi üzerinde büyük bir payının olması, İskan Kanunu ve Yahudilerin Türkleşme hızlarının oldukça yavaş olmasının alevlendirdiğini belirtmiştir. Bu olaylar Trakya’daki halk üzerinde de milliyetçi bir havanın oluşmasında büyük oranda etki sahibi olmuştur. Bu duruma ek olarak Türk basını da sıklıkla Yahudi aleyhtarı davranışlar göstermektedir. Örneğin; *Akşam Gazetesi*’nde “Cumartesi Karikatürleri” adı altında Salamon ismi verilmiş bir Yahudi üzerinden aşağılamalar yapılmıştır. Bu aşağılamalar, Yahudilerin açgözlü ve para hırsıyla gözlerinin kör olduğuna dair karikatürleri içermektedir.⁷⁰ Bali, (2008:107) Cemal Nadir tarafından yayınlanan bu karikatürlerin özellikle Yahudiler için kutsal gün olan cumartesi günü yayınlanmasının ve Trakya olayları yaşandıktan sonra artık Yahudilerin konu edilmemesinin ilginç olduğunu belirtmektedir.

Trakya olayları ilk olarak 21 Haziran 1934 tarihinde Çanakkale’de başlamıştır (Şimşek,2009:144) ve 5 Temmuz 1934 günü kontrol altına alınmıştır (Bali,2008:1). Çanakkale’de başlayan olaylar daha sonra Edirne, Kırklareli, Tekirdağ bölgelerine

⁶⁸ Nihal Atsız “Komünist, Yahudi ve Dalkavuk”, *Orhun*, Sayı.5, 21 Mart 1934, ss.93-94.

⁶⁹ Nihal Atsız, “Yirminci Asırda Türk Meselesi II: Türk Irkı=Türk Milleti”, *Orhun*, Sayı.9,16 Temmuz 1934, ss.159.

⁷⁰ Örnek için bkz: *Akşam Gazetesi*, Cumartesi Karikatürleri:29, sayfa.1, 23 Haziran 1934 Cumartesi, no.5640; Cumatesi karikatürleri:27, 9 Haziran 1934 Cumartesi, sayfa.1, no.5626; Cumartesi karikatürleri:23, sayfa.1, 12 Mayıs 1934 Cumartesi, no.5598.

sıçramış ve bu bölgelerde yaşayan Yahudi halkın evine ve mağazalarına karşı yağma yapılmış, halk tehdit ve tacizlerle korkutularak bölgeyi terk etmeye mecbur bırakılmıştır (Bali,2008:1). Rıfat Bali (2008:189), bütün Trakya'ya yayılmış olan bu harekette Yahudi aleyhtarlığını körükleyen Cihad Baban'ın Hitler ve Nasyonal Sosyalizm kitabının da etkili olduğunu belirtmektedir. Olayların ilerlemesinden sonra İsmet İnönü yaşanan bu olaylar hakkında antisemitizmin Türkiye'ye bazen yurt dışından geldiğini, Türkiye'ye ait bir ideoloji olmadığını ve geldiği anda durumun hemen önüne geçildiğini söylemiştir.⁷¹

Bu yaşanan olaylar *Halkın Sesi* Gazetesi'nde "Yahudi Düşmanlığı Memleketimize Sirayet Etmedi" başlığı altında verilmiştir.⁷² Aynı gazetenin 18 Temmuz 1934 yılında Trakya'da bir Yahudi meselesinin olmadığı belirtilmiştir.⁷³ Ancak yapılan gazete taraması sonucunda "Vatandaş Türkçe Konuş" kampanyasının yalnızca Museviler için yapılmış bir kampanyaymış gibi yansıtıldığı haberlerin bulunduğu görülmektedir. Örneğin, *Halkın Sesi* Gazetesi'nde "Asansörde Türkçe Konuşmak Keyfiyetinden Çıkan Bir Hadise" başlığı altında çıkan bir haberde, Musevi bir kişinin birkaç Türk tarafından Türkçe konuşmalarını söylemeleri yüzünden arbede çıktığı yazılmıştır.⁷⁴ Yine aynı gazetenin 12 Eylül 1934 yılında çıkan bir haberinde Balat Türk Kültür Birliği'nin Musevileri Türkçe konuşmaya davet ettiği yazılmıştır.⁷⁵ Buna ek olarak, *Tan* Gazetesi Manisa milletvekili Sabri Toprak'ın Türkiye'de yaşayıp Türk ekmeği yiyenlerin milli Türk dili yerine başka bir yabancı dil kullanmasının şiddetli cezalara çarptırılmasını istediğini yazmıştır.⁷⁶

Olayların bastırıldığı 5 Temmuz 1934 tarihinde *Halkın Sesi* Gazetesi, "Yalnız Türkçe Konuşulacak: Bunun için Musevi Gençleri de Faaliyette" başlığı altında Musevi gençlerin cemiyet merkezindeki toplantıda sokaklarda memur gibi gezip

⁷¹ "Trakya Yahudileri" Cumhuriyet Gazetesi, 6 Temmuz Cuma 1934, Sayfa.6, No.3651.

⁷² "Yahudi Düşmanlığı Memleketimize Sirayet Etmedi" *Halkın Sesi*, 8 Temmuz 1934, Sayfa.1, No:1215.

⁷³ "İbrahim Tali Bey Trakya'da Yahudi Muhacereti Hakkında Beyanatta Bulundu" *Halkın Sesi*, 18 Temmuz 1934 Çarşamba, Sayfa.1, No:1224.

⁷⁴ "Asansörde Türkçe Konuşmak keyfiyetinden çıkan bir hadise", *Halkın Sesi*, 17 Temmuz 1934 Salı, Sayfa.1, No.1223.

⁷⁵ "Museviler Türkçe Konuşmaya Çağrılıyor", *Halkın Sesi*, 12 Eylül 1934 Çarşamba, Sayfa.4, No.2268.

⁷⁶ "Bütün Vatandaşların Türkçe Konuşmaları için Kanun Teklif Edildi" *Tan* gazetesi, 6 İkincikanun 1938 Perşembe, Sayfa.1, No.966.

Türkçe konuşmayanları uyuracakları bilgisi verilmektedir.⁷⁷ Aynı şekilde *Halkın Sesi* Gazetesi, “Musevi vatandaşların dindaşlarına 101 öğüdü” başlığı altında Musevilerin doğduğu yerde garip ve yabancı kalmamaları için Türkçe konuşmaları gerektiğini yazmıştır.⁷⁸

Kültürel alanda yapılan bir diğer propaganda faaliyeti ise eğitim alanında gerçekleşmektedir. Eğitim alanında Alman etkisi aslında İkinci Dünya Savaşı’ndan çok daha önce ortaya çıkmıştır. 19.yüzyılın ikinci yarısında İstanbul’da Alman eğitim kurumları ortaya çıkmaya başlamış, 1868’de Beyoğlu Alman Okulu, 20.yüzyılın başına gelindiğinde bu okuldan başka, Yedikule Alman Okulu ve Haydarpaşa Alman Okulu, ayrıca 1882’de bir Alman anaokulu açılmıştı (Somel,2009:48). Bu okullar içerisinde özellikle Alman Okulu, 1937-1938 yılları arasında Deutsche Orientbank’ın müdürünün başkan olduğu bir döneme girmiş ve Nazi Almanyası için reklam niteliğinde görülmeye başlamıştır (Glasneck,1976:32).

Hitlerin iktidara gelmesiyle birlikte Aryan olmayanların memur olarak çalışmasını yasaklamak için 7 Nisan 1933’te “Profesyonel Kamu Hizmetinin Restorasyonu Yasası” yayınlanmıştır (Bahar,2010:49). Bu yasa kapsamında artık Almanya’da herhangi bir üniversitede çalışma imkanı bulamayacak olan akademisyenlerin bazıları Türkiye tarafından kabul edilmiştir. Aynı zamanda Nazi Almanyası tarafından hoş karşılanmayan Alman profesörler de Türkiye’ye göç etmişlerdir. 1933 Darülfünun İnkılabıyla İstanbul’a gelen Yahudi-Alman ve Alman profesörler (Ortaylı,2018:384) ile burada akademik hayatta birdenbire rekabet ve canlanma yaşanmaya başlamıştır (Ortaylı,2018:385). Fakat Nazi Almanyası Türkiye’ye sığınan Yahudi profesörler yerine partiye sadık Nasyonal Sosyalist kişilerin yerleştirilmesi taraftarı olmuş, bu amaçla İstanbul ve Ankara’daki üniversitelerde Yahudi profesörlerin sözleşmeleri feshedilmeye çalışılmıştır (Brügel,1991:31). Yahudi akademisyenlerin Türkiye’ye gelmesi, Türkiye’de kaldıkları süre boyunca basında da bazı gazeteciler tarafından baskıya maruz kalmalarına neden olmuştur. Ernst Hirsch (1997:212) anılarını anlattığı kitabında

⁷⁷ “Yalnız Türkçe Konuşulacak: Bunun için Musevi Gençleri de faaliyette.” *Halkın Sesi* Gazetesi, 5 Temmuz 1934, Sayfa.4, No:1213.

⁷⁸ A.L., “Bir Musevi vatandaşların dindaşlarına 101 öğüdü” *Halkın Sesi*, 14 Temmuz Cumartesi 1934, Sayfa 1. No:1220; A.L., “Bir Musevi vatandaşın Dindaşlarına 101 öğüdü” *Halkın Sesi*, 15 Temmuz Pazar 1934, sayfa 1. No.1221.

yabancı profesörlere karşı özellikle basında sürdürülen ve Türk profesörleri tarafından da kışkırtılan bir savaş açıldığını belirtmektedir. Örneğin, *Cumhuriyet Gazetesi* de 1937 yılındaki bir haberinde, yabancı hocaların Hotanto kabilesine değil, Türkiye'ye geldiklerini ve Türk irfan ve haysiyetine darbe indirdiklerini yazmıştır.⁷⁹

Aynı zamanda 1942 ve 1943 yıllarında Ankara ve İstanbul'da Alman Yapı Sergisi açılmıştır (Koçak,2007:201). Yapı sergisi kamuoyunu kazanma yolunda yapılan propaganda faaliyetlerinin savaşın son zamanlarına dek sürdüğünü göstermektedir. Bununla birlikte Ankara'nın yeniden inşa edilmesinde birçok Alman mimardan yararlanılmıştır (Alpagut,2017:9). Kültür kalesinin kazanılmasında oldukça yoğun bir şekilde faaliyet gösteren Nazi Almanyası'nın en önemli propaganda araçlarından biri uzun bir süredir Türkiye'de varlığını gösteren Teutonia Kulübü olmuştur. Bu kulüp ile hem Alman hem de Türk kamuoyuna ulaşma imkanı kuran Naziler, kulübü bir toplanma yeri haline getirmiştir. Bir sonraki alt başlıkta Teutonia Kulübü ve Türkiye'deki faaliyetleri hakkında gazete taramaları sonucu ortaya çıkan veriler ile bilgi verilecektir.

3.2.2.1. Teutonia

Konuk, (2010:103) Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla Almanların Türkiye'de İstanbul Alman Arkeoloji Enstitüsü ve Alman Doğu Enstitüsü'nün bir koluyla birlikte çeşitli enstitüler kurarak örgütlenmeye başladıklarını belirtmiştir. Bu örgütlenmelere örnek olarak Teutonia'yı da eklersek eğer, Nazilerin iktidara gelmesinden önce kurulan bu tarz kurumlar ile Türkiye içerisinde örgütlenmeye başladığını söyleyebiliriz. Konuk (2010:103) bu düşünceye benzer bir şekilde Nazilerin ortaya çıkmasından önce Alman kültürel yaşamının örgütlenebilmesi için hazır bir kurumsal çerçeve olduğunu savunmaktadır. Somel (2009:36), 19.yüzyılda İstanbul'da Almanca konuşan toplulukların artış gösterdiğini ve 1847 yılında bir araya gelerek Teutonia adında bir dernek kurduklarını belirtmektedir.

⁷⁹ Yunus Nadi, "Laf anlayan beri gelsin!", *Cumhuriyet Gazetesi*, 20 Birinciteşrin Çarşamba 1937, No:4827.

İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sırasında Türkiye’de oldukça faal bir durumda olan Teutonia, İstanbul’da yaşayan Almanların buluşma noktası olarak görülmektedir. Kulüp, İstanbul’un Beyoğlu semtinde bir bina satın almış ve bu noktadan sonra bu oluşum “Teutonia” olarak adlandırılmıştır (Wehr,2009:140). Almanca konuşan topluluklar 1847 yılında Beyoğlu’nda Teutonia kulübünü kurdukları zaman, kulübün mensupları daha çok cam ustaları, duvarcılar, saat tamircileri, arabacılar, terziler, doğramacılar, kunduracılar, fırıncılar oluşturmaktaydı (Somel,2009:47). Her ne kadar kuruluşunda ekonomik olarak düşük seviyede olan insanlar yer alsada Somel (2009:47), 1890 yılından itibaren Teutonia’nın zamanla daha çok sosyeteye hitap eden bir kuruluş olmaya başladığını ve mensuplarının arasında iş adamları, banka direktörleri, subaylar ve elçilik mensuplarının yer aldığını belirtmektedir.

Dernek üyeleri siyasi olarak Alman vatandaşı ve imparatora sadık bir durumda iken Nasyonal Sosyalist diktatörlük döneminde, kulüp ağırlıklı olarak Nasyonal Sosyalist bir izlenim almıştır (Wehr,2009 :140). Nazilerin iktidara gelmesiyle birlikte propaganda çalışmalarına büyük önem verilmiş ve yurtdışında Almanların örgütlenmeleri ile alakalı birçok çalışmada bulunulmuştur. Türkiye’deki faaliyetleri Nazi Almanyası’ndan çok daha önce başlayan dernek, çeşitli toplantılar, konserler ve konferanslar düzenlemiştir. Örneğin, *Milliyet* Gazetesi 1931 yılında Alman Lisesi tarafından Teutonia binasında konser verildiğine dair bir haber yayınlamıştır.⁸⁰ İstanbul’da bulunan Alemannia, Deutscher Ausflugsverein gibi başka Alman dernekleri faşizm döneminde 1933’ten itibaren Teutonia’ya bağlanmıştır. 1933’te Nazi partisi memurları Teutonia Kulübünün himayesinde ilk ofislerini açmış ve birçok başka kültürel organizasyonda partinin kontrolü altına girmiştir (Konuk,2010:103).

1933’ten sonra, yerel Nazi grupları ve yeni kitle örgütleri grupları (Hitlerin Gençliği, Alman Gençlik, Nasyonal Sosyalist Kadınlar Birliği, vb.) İstanbul’da, Ankara ve İzmir’de Alman toplumunun üyelerini örgütlemeye başlamıştır (Guttstadt,2013:42). Bu örgütlenmelerden biri olan Teutonia Kulübünün İstanbul şehir merkezindeki buluşma yeri gamalı haç bayrağı ile süslenmiştir (Guttstadt, 2008:42-43). Yalnızca İstanbul’da değil, aynı zamanda ABD’de de varlık gösteren bu kulüp ile

⁸⁰ “Tötonyada konser” Milliyet gazetesi, 27 teşrinisani Cuma 1931, Sayfa.3, No.2082.

Nazi Almanyası sahip olduğu ideolojiyi gerek bu ülkelerde yaşayan vatandaşlarına gerekse de bu ülkelerin vatandaşlarına aşılamaaya çalışmıştır.

Türk basınında da zaman zaman Teutonia ile alakalı haberlere rastlanılmıştır. Örneğin, Teutonia Kulübünde bir araya gelen Almanların Nazi hükümetinin üçüncü yılını kutladıklarına dair bir yazı *Haber Gazetesi*'nde yayınlanmıştır.⁸¹ Doğaner, (B.C.A, 33.170.01, ss. 10-11, akt.2012:67) EGM'ye gelen bir raporda Teutonia Kulübünde buluşan Almanların konuşmalarından biri hakkında Almanya'daki Nazi Partisi mensubu Volpeln'in 21 Nisan 1939 yılında İstanbul'a gelip, Teutonia Kulübünde 150 kişilik bir gruba konferans vermesi hakkında bir rapor yollanmıştır. Bu rapora göre Volpeln konuşmasında, Avusturya'yı kastederek yedi buçuk milyonluk bir kitlenin kan dökülmeden Almanya'ya dahil olduğu, Almanya'nın Fransa, İngiltere ve Rusya gibi ülkelerden daha güçlü olduğu, Hitler'in ise Bismarck ve büyük Frederick'ten daha önemli bir kişi olduğu konuşulduktan sonra, Türkiye'de bulunan Alman kolonisinin Yahudilerden alışveriş yapmamaları konusunda tembhlendiği belirtilmiştir. Nazi Partisinin İstanbul'daki mahalli bölge gruplarının yöneticisi olan H. Guckes, Teutonia Kulübünde Nazi partisi toplantılarını serbestçe düzenlemekte, bu toplantılar sırasında da Nazi partisine ait bayraklar, semboller ve üniformalar serbestçe kullanılmaktadır (Koçak,2013:179)

Yılmaz (2007:700), İstiklal Caddesindeki Kalis Kütüphanesini işleten Erih Kalis'in Nazi Partisinin mensubu olduğu ve partinin yayın işleri sorumlusu olarak partide ve Teutonia Kulübü'nde yapılacak toplantılara katılacaklarla ilgili temasları yürüttüğünün rapor edildiğini belirtmektedir. Aynı zamanda bu kütüphanenin ilanları *Türkische Post Gazetesi*'nin neredeyse her sayısında yer almaktadır.⁸² Zamanla İstanbul'da, Alman Okulunun hemen yanında bulunan Alman kulübü Teutonia, Nasyonal Sosyalistlerin buluşma yeri olmuştur (Guttstadt,2013:42). Bu toplantılarda bayraklar gösterilmiş ve üniformalar giyilerek toplantılar düzenlenmiştir (Glasneck,1976:46). Kulüpte gerçekleşen bu toplantılarda Alman savaş filmleri gösterilerek (Yıldırım,2018:1742) Almanya'nın sahip olduğu gücün oldukça yüksek

⁸¹ "Bugün Nazi hükümetinin 3'üncü yıldönümüdür: Hitler nutuk söyleyecek" Haber gazetesi, 30 Sonkanun 1936 Perşembe, Sayfa.1, No.1460.

⁸² Örnek için bkz: *Türkische Post*, 16 Mayıs 1933, Sayfa.3, No.113; *Türkische Post*, 12 Aralık 1933, Sayfa.3, No.291; *Türkische Post*, 9 Aralık 1933, Sayfa 3, No.288.

olduğu ve savaşı kazanacak olduğu düşüncesi empoze edilmeye çalışılmıştır. Kulüpte yalnızca Almanlara özel film gecesi yapıldığı gibi⁸³, Almanların yanı sıra Alman dostlarının da davet edildiği film geceleri yapılmaktadır.⁸⁴

1938 yılında *Tan* Gazetesi'nde "Alman Propagandası" başlığı altında çıkan bir haberde, okuyuculardan gelen bir mektubun, İstanbul'daki bir Alman müessesesinin yardımıyla Türkiye'ye filmler getirildiği ve bu filmlerin okullarda ve sinemalarda gösterildiği ve hatta filmlerin arasında Alman Gençlik Teşkilatı'na ait filmlerin de bulunduğu belirtilmiştir.⁸⁵ Bu Alman kurumunun adı haberde geçmese de Teutonia özelinde yazılmış bir haber olması ihtimali oldukça yüksektir. Bunun sebebi ise, İstanbul'da bulunan Alman gençlerin dahili ve askeri eğitimlerinin Teutonia Kulübü ve konsoloslukta yapılmasıdır.⁸⁶

Dernek Naziler tarafından büyük bir desteğe sahiptir. 1939'da Deutsche Bank'ın İstanbul müdürlerinden Weidmann, Teutonia'nın başkanı olmuştur (Glasneck,1976:46). Her ne kadar genel olarak CHP dışındaki siyasi faaliyetler ve özellikle yabancıların siyasi faaliyetleri Türkiye'de yasaklanmış olsa da Nasyonal Sosyalistlerin etkinlikleri tolere edilmiştir (Guttstadt,2013:42). Türk Nazi sempatanlarının da katıldığı çok sayıda Nazi etkinliği, Teutonia'nın kulüp evlerinde, Alman Okulu'nda ve konsoloslukta gerçekleşmiştir (Guttstadt,2013:42).

1935 yılında *Haber* Gazetesi'nde yayınlanan bir haberde Teutonia kulübünde toplanıp Hitler hareketini kutlayan Alman kolonisinden Doktor Gueks'in Adolf Hitler'i öven sözlerine yer verilmiştir:⁸⁷ Gueks konuşmasında Hitler'in yeni Almanya'yı temsil ettiğini ve eski Almanya'nın artık tarihe karıştığını belirtmiş ve yabancı ülkelerde bulunan bütün Almanların ana yurtlarında yapılan işlere iştirak etmelerini tembih etmiştir. Versay Antlaşmasının hükümlerinden kurtulmakla Alman ulusunun namusunu yerine getiren Hitlerin samimi bir sulhperver olduğunu belirtilmiş

⁸³ Türkische Post, 7 Kasım 1941, Sayfa.4, No.306.

⁸⁴ Türkische Post, 1 Mart 1933, Sayfa.4, No.50.

⁸⁵ M.Zekeriya "Alman Propagandası" Tan Gazetesi, 1 Haziran Çarşamba 1938, Sayfa.5, no.1109.

⁸⁶ Eminiyet Genel Müdürlüğü raporlarına göre: "*İstanbul'daki Alman gençlerinin dahili ve askeri eğitimleri Tötonya Kulübü ile Konsoloslukta yapılırken, Türkiye'deki Almanların kışkırtılmadığını ifade etmek için faaliyetlere bir haftalığına ara verildiği, buna karşın anılan salonlarda eğlenceler ve Türklerin çok olduğu yerlerde gezintiler yapılması gerektiği vurgulanır*" (B.C.A, 33.170.01, ss. 36-37 akt. Doğaner, 2012:70)

⁸⁷ "Şehrimizdeki Almanlar: Tötonya kulübünde toplanarak Hitler hareketini kutluladılar", Haber Gazetesi, 22 Mart Cuma 1935, Sayfa.3, No.1148.

ve Alman ordusunun da bu amaçla dünyada sulhun temini için çalışacağı söylenmiştir. Haberin devamında bu konuşmanın oldukça alkış aldığı ve “Almanya’ya İnan” adlı kitaptan yapılmış 1917 çarpışmalarını anlatan bir filmin gösterildiği yazılmıştır.

Aynı zamanda *Türkische Post* Gazetesi her sayısında Teutonia’da gerçekleşecek faaliyetler hakkında Alman kolonisini ve katılmak isteyenleri bilgilendirmektedir. *Türkische Post* Gazetesi, 16 Aralık 1933 yılında Teutonia Kulübünde “Hitler ve Faşizm” adlı bir konuşmanın yapılacağı haberini de yayınlamışlardır.⁸⁸ Bunun yanı sıra, Teutonia Kulübü milliyetçi bir tutum sergileyerek Türk basınını etkilemeye çalışmış ve Türkiye’ye gelmiş olan Yahudi profesörlere yönelik fiili eylemlerde bulunmuştur (Brügel,1991:28).

Türkische Post’ta yer alan bir haberde, Teutonia Kulübü’nde Almanya, Türkiye, tarih ve politika, dünya savaşı, teknoloji, sanat, resim konularında kütüphanenin bulunduğunu ve gelip kitaplara ulaşmak isteyen herkesin ulaşabileceğini belirtmektedir.⁸⁹ *Ulus* Gazetesi’nin 1937 yılındaki bir haberinde Teutonia’da bir kitap sergisinin düzenlendiği, sergiye Berlin muharrirler odası başkanının da gelip, son senelerdeki Almanca neşriyat hakkında bir konuşma yaptığı belirtilmiştir.⁹⁰ *Cumhuriyet* Gazetesi ise 1938 yılındaki bir haberinde, İstanbul’da bulunan Avusturyalıların da Teutonia Kulübünde bir araya gelip, Almanların sevincine ortak olduklarını ve toplantıda Alman Konsolosu ve Avusturya Konsolosunun da karşılıklı nutuklar söylediklerini yazmıştır.⁹¹

Cumhuriyet Gazetesi’nin 5 Aralık 1938 yılı sayısında Teutonia Kulübü’nde açılmış bir kitap sergisinden bahsedilmiş, yüzlerce kitabın yer aldığı bu sergiye Alman kolonisi ile matbuat erkanında birçok önemli kişinin katıldığı yazılmıştır. Aynı zamanda kitap sergisinden bir fotoğrafın paylaşıldığı haberde, çok net bir şekilde Nasyonal Sosyalist bayrağın ve Türk bayrağının duvara birlikte asıldığı görülmektedir.⁹² Bir başka örnek ise, *Ulus* Gazetesi’nde 22 Mart 1935 yılında

⁸⁸ *Türkische Post*, 16 Aralık 1933, Sayfa 4, No.294.

⁸⁹ *Türkische Post*, 28 Ocak 1939, Sayfa 4, No:24.

⁹⁰ “İstanbul’da bir Alman kitap sergisi açıldı”, *Ulus* Gazetesi, 21 Sontesrin Pazar 1937, Sayfa.5, No.5862.

⁹¹ “Tötonya Kulübünde Söylenen Nutuklar”, *Cumhuriyet* Gazetesi,13 Mart 1938, Sayfa.8, No. 4966.

⁹² “Tötonya Kulübünde bir kitap sergisi açıldı” *Cumhuriyet* Gazetesi, sayfa.3, 5 Aralık 1938, Sayfa.3, No.5231.

yayınlanan bir haberinde görülmektedir. Gazete yayınından bir gün önce Teutonia Kulübü'nde Alman konsolosu tarafından bir müsamere verildiği ve tüm Alman kolonisinin orada bulunduğu yazılmıştır.⁹³

Teutonia ile alakalı Türk basınında yer almış en geniş haberlerden biri *İkdam* Gazetesi'nde 1939 yılında yayınlanan bir haberdir. Haber "Casa d'Italia, Tötonya Salonlarının İç Yüzü: Bu İki Kulüp Nazi ve Faşist Propagandalarının Merkezidir" başlığı altında İtalyan ve Alman kulüplerinin Türkiye'de propaganda faaliyetlerinde bulunduğunu iddia etmektedir.⁹⁴ Haberin içeriğine göre, binasında Türk bayrağının yanında Nasyonal Sosyalist Almanya'nın bayrağı da asılı bulunan Teutonia binası Nasyonal Sosyalistlerden önce Atatürk'e ait resimler ve Türk bayrakları ile doludur. Ancak Nasyonal Sosyalistlerin iktidara geldiği 1933 yılından itibaren Teutonia'nın binasındaki duvarlara Nasyonal Sosyalist bayraklar ve Hitler'in resmi asılmıştır. Nazilerden önce Almanlar, İsviçreliler, Avusturyalılar ve Alman kültürüne sahip olanların bir araya geldikleri bir yer olan kulüpte, Nazilerin iktidara gelmesiyle İsviçreli Almanlar ve Avusturyalılar kulüpten çekilmişlerdir. Kulüp tepeden gelen emirlere bağlı hareket etmeye ve Nasyonal Sosyalistlerin İstanbul merkezi olmaya başlamıştır.

Gazetenin haberde yazdığı en ilginç durum ise, Teutonia Kulübü'nün başkanının Türkiye'deki elçiden sonra gelen rütbeye eş görülmesi ve Müsteşar ve Konsolosun ondan emir alıyor olmasıdır. Hiçbir Türk'ün ve Nasyonal Sosyalist olmayan hiçbir kişinin ayak basmadığı bu kulüpte işsiz Almanlara iş ve para verildiği gibi, İstanbul'daki ve Türkiye'deki Alman gençleri Hitler Gençlik Teşkilatı ismi ile bu kulüpte toplanmaktadırlar. *Ulus* Gazetesi de *İkdam* Gazetesi'nde yayınlanan bu haberi gazetesine taşımıştır.⁹⁵

Nazi Almanyası Teutonia ile Türkiye'de kültürel propaganda faaliyetleri düzenlemekte başarılı olmuştur. Teutonia günümüzde de hala varlığını sürdüren bir kurumdur. Derneğin arşivleri henüz kullanıma açılmamıştır ve Türkiye'deki faaliyetleri hakkında geniş araştırmaların sayısı oldukça azdır. Bir sonraki bölümde

⁹³ "Almanların Müsameresi", *Ulus Gazetesi*, 22 Mart Cuma 1935, Sayfa.2, No.4901.

⁹⁴ Röportajcı, "Kaza Ditalya, Tötonya Salonlarının İç Yüzü: Bu İki Klüp Nazi ve Faşist Propagandalarının Merkezidir." *İkdam Gazetesi*, 14 Ağustos 1939 Pazartesi, Sayfa.7, No.1-211.

⁹⁵ "Casa d'Italia, Tötonya salonlarının içyüzü", *Ulus Gazetesi*, 15 Ağustos 1939 Salı, sayfa.3.

Nazi Almanya'sının ulusal imajını geliştirmek ve Alman kültürüne ve diline olan merakı arttırmak için Alman dilinin bir propaganda aracına dönüştürülmesi Alman Akademisi kurumu özelinden tartışılacaktır.

3.2.2.2. Alman Akademisi (Deutsche Akademie)

Almanya'da 1920'lerde devlet destekli sistematik bir yurtdışı kültür politikası oluşturulmuştur ve bu politika ile oluşturulan birçok kurum hala varlığını sürdürmektedir (Michels,2004:207). Bir yandan 1920 yılında genellikle Dışışleri Bakanlığı Kültür İşleri (Auswaertiges Amt Kulturabteilung) olarak adlandırılan yapı kurulmuş, bir yandan da kısmen yeni departman tarafından finanse edilen 1925'te Heidelberg'de kurulan DAAD, aynı yılda Berlin'de kurulan Alexander von Humbolt Vakfı, 1923'te Münih'te kurulan ve bugünün Goethe Enstitüsü'nün öncüsü olan Alman Akademisi (Deutsche Akademie) adlı özel kuruluşlar kurulmuştur (Michels,2004:207). Bu kurumlar özellikle kültürel alanlarda yabancı ülkelerin kamuoyuna ulaşma açısından oldukça büyük önem taşımaktadırlar. Savaşın bitmesiyle birlikte Nazi kurumlarının birçoğu ya kapatılmış ya da isimleri değiştirilmiştir. Bu noktada şaşırtıcı olan ise, 1945'te bir Nazi kurumu olarak bu kültürel organizasyonlar içinden mtfevikler tarafından resmen sona erdirilmiş tek kurumun Alman Akademisi olmasıdır (Michels,2004:207).

Alman Akademisi, İkinci Dünya Savaşı sırasında, Avrupa'da 250'den fazla dil okulu ile nc Reich'in en büyük kültürel propaganda kurumuna dnşmiştir (Michels,2004:207). Resmi olarak 5 Mayıs 1925 tarihinde kurulsada kökleri Bayyera Halk Partisi (Bayerische Volkspartei) 'nin lideri Heinrich Held'un desteğiyle Münih niversitesi'ndeki tüm profesörlerin, Bayer Pcheilschifter, Karl Haushofer, Reinhard von Frank, Hermann Oncken'in Fransızların Ruhr işgaline karşı savaşmak için imkan aradıkları 1923'n başlarına kadar uzanmaktadır (Michels,2004:208).

Nye, (2008:96) Fransa-Prusya Savaşı'ndaki yenilgisinden sonra Fransızların 1883 yılında oluşturulan Alliance Francaise aracılığıyla dil ve edebiyatını geliştirerek ülkenin paramparça prestijini onarmaya çalıştığından bahsetmektedir. Fransızların bu konuda ne kadar başarılı olduğunu gören Almanya da aynı yolu takip etmiştir. Kuruculara göre, Fransa'nın 1871'deki mağlubiyetinin üstesinden gelmesinin sebeplerinden biri etkin kültürel propaganda ile uluslararası bir sempati yakalamasıdır

(Michels,2004:208). Bu nedenle kurucular Fransa'yı örnek alarak bir model yaratmaya çalışmışlardır. Yani kuruluş amacı yurtdışında Alman dilini destekleyici bir araç olmaktan daha çok kültürel propaganda için merkezi bir örgüt kurmak olmuştur (Michels,2004:209).

Kurumun kurucularının asıl planları, Alman profesörleri yurtdışında ders vermeye göndermek, Alman kitaplarının satışını teşvik etmek ve Almanya'daki yabancı öğrencilere yönelik standartları korumak için ders vermektir. (Michels,2004:209). Alman Akademisi 1925 yazında çalışmaya başladığında, Akademi'nin kurucularının niyeti yurtdışındaki Alman kültürünü destekleme fikrinden, Almanya dışındaki Alman azınlıkları destekleme görevine kaydırılmıştır (Michels,2004:210). Savaş yılları boyunca Alman Akademisi yavaş yavaş bağımsızlığını kaybetmiş ve Goebbels'in Propaganda Bakanlığı Akademiye tamamen egemen olmuştur (Norton,1968:96). 1933 yazında senato özellikle Yahudi üyelerden temizlenmeye başlamıştır (Laba,2018). İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması, yurtdışındaki herhangi bir kültürel etkinliği imkansız hale getirmiş gibi görünse de Alman Dışişleri Bakanlığı, Eylül 1939'da Alman Akademisi'nin çalışmalarının savaş için önemli olduğunu düşündüğünü açıklamıştır (Laba,2018).

Başlangıcından beri, Alman Akademisi'nin temsilcileri çoğunlukla ulusal olarak muhafazakarlardır (Laba,2018). Akademi rejime çok çabuk şekilde alışmıştır ve başlangıçta yeni üyelerin büyük çoğunluğu Münih Üniversitesi ile yakından bağlantılı olduğundan Naziler için endişelenecek bir durum bulunmamaktadır (Michels,2005:103). Münih Üniversitesi Weimar Cumhuriyeti'nde muhafazakar bir kale olmuştur, bu nedenle Naziler buradaki öğretim elemanlarına Reich'taki diğer üniversitelerden daha az müdahalede bulunmuştur (Michels,2005:103).

Dil kültürün bir bileşenidir ve insanların değerlerini ve somut eserlerini yansıtması onu kültürün en önemli taşıyıcısı yapmaktadır (Yu, Takata ve Dryland,2012:316). Nazi Almanyası da sahip olduğu ideolojinin ve Alman kültürünün yüceliğine inanmış, yabancı ülkelerde Almanya lehine görüşler uyandırmak için sık sık Alman kültüründen yararlanmıştır. Bu nedenle Alman dilinin başka ülkelerde öğretilmesi aslında Alman kültürüne olan ilgiyi de uyandırdığından önemli bir propaganda aracı olarak görülmüştür. Dışişleri Bakanlığı'ndan Alman Akademisi'ne

verilen hibeler zamanla artış göstermiş, 1940 yılında toplan 860.000 Reich Mark ödenirken, bu sayı 1941’de 3.3 milyon Reich Mark olmuştur (Laba,2018).

Naziler için dil çalışması, savaş zamanlarında siyasi propagandaya olumsuz tepki veren tarafsız yabancı ülkeleri etkilemekte şüphe uyandırmayan bir yol sunmuştur (Michels,2005:140) Dil reklamcılığının amacı yabancılara az çok Almanca öğretmek ya da sınıfta anadillerinde propaganda yapmak değildir, aksine bu tür girişimler her zaman yarardan çok zarar vermiştir (Michels,2005:140). Dil öğretimi ile Almanca öğrenen yabancı artık Almanya'ya kayıtsız kalmaz ve istemsiz, neredeyse otomatik olarak Almanya'ya ait şeyleri öğrenmeye çalışır ve yavaş yavaş Almanya'ya ve fikir dünyasına gerçek bir ilgi gösterir hale gelir (Michels,2005:140-141). Bu nedenle Alman Akademisi ile uygulanan yoğun kültürel propaganda, Almanya'nın saldırgan politikalarını gizlemek ve özellikle tarafsız ülkeleri olumlu kılmak için gerekli görülmektedir (Laba,2018).

Almanca olarak yayınlanan *Türkische Post* Gazetesi Türkiye’de Almanca dilinde yayın yapmaktaydı ve Nasyonal Sosyalist partinin propaganda araçlarından biri konumundaydı. Nasyonal Sosyalistlerin iktidara gelmesinden birkaç gün sonra Türkiye’de yayınlanan *Türkische Post* Gazetesi “Dünya dili olarak Almanca” başlığı altında,1800'lü yıllarda Almancanın yaklaşık 30, Fransızcanın yaklaşık 31, İngilizcenin yaklaşık 20 milyon kişi tarafından kullanıldığını, günümüzde (yaklaşık 130 yıl sonra) bu rakamların, Almanca yaklaşık 100, Fransızca yaklaşık 50, İngilizce yaklaşık 170 milyon kişi olarak değiştiğini belirtmektedir.⁹⁶ Almancanın dünya dilleri arasında yerini alması ve Almanca konuşanların gün geçtikçe çoğalması gerektiğini vurgulayan bu yazı Hitler’in iktidara gelmesinden çok kısa bir süre sonra yayınlanmıştır. Konuk, (2010:102) bu durumun bir tesadüf olmadığını, yazının asıl amacının Türkiye’de Almanca çalışmasını teşvik etmek olduğunu, bu tür fikirlerin de Türkiye’deki Alman topluluğu ile hızla yakalandığını belirtmiştir.

Alman Akademisi ilk olarak yurtdışında Lektorate adlı küçük dil enstitüleri olarak da hizmet veren dil okulları açmış ve ilk iki okul 1931'de Yugoslavya'nın Split⁹⁷ ve Bulgaristan'ın Sofya kentlerinde açılmıştır (Michels,2004:218). 1934'ün sonunda

⁹⁶ Von C. Busolt, “Dünya Dili Olarak Almanca”, *Türkische Post*, 1 Şubat 1933, Sayfa.1, No:26.

⁹⁷ Hırvatistan’da bir şehir.

Lektorat sayısı, Balkanlar'da on iki olmak üzere toplamda yirmiye yükselmiştir (Michels,2004:218). 1938'de Akademi, on beş Avrupa ülkesinde ve Hindistan, Çin, Irak ve Brezilya gibi Avrupa dışı ülkelerde faaliyet gösteren elli yedi temsilci öğretmeniyle sadece kırk beş dil okuluna sahiptir (Michels,2004:223). Dr. Matthias Schmitz, Avrupa Akademisi Genel Sekreteri olmadan önce Avrupa ülkelerinde kütüphane kurma konusunda Propaganda Bakanlığı tarafından görevlendirilmiştir ve Akademi'nin okuma odalarını Nazi edebiyatı ve Nazi personeli ile doldurmaya yardımcı olmuş ve Nazi ideolojisini yurtdışına yaymak için önemli merkezler haline getirmiştir (Norton,1968:97). Böylece Alman Akademisi propaganda için önemli bir araç haline gelmiştir.

İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında Türkiye'ye mülteci olarak gelmiş Yahudi profesörlerin yanı sıra Alman profesörler de bulunmaktadır (Brügel,1991:27). Türkiye'de oldukça fazla olan Alman profesörlerin Türkiye'de yarattığı ilk etki Türk öğrencilerin çoğunun Almancayı yabancı dil olarak seçmesi olmuş ve 1941 yılında Türk Eğitim Bakanlığı büyük şehirlerdeki halkevlerinde Almanca kursları açmaya başlamıştır (Glasneck,1976:39-40). Ancak 1941 yılından çok daha önce halkevleri zaten Almanca kursları ile halka hizmet etmeye başlamıştır. Bu kurslara örnek vermek gerekirse: Bursa'daki halkevinde Fransızca ve İngilizcenin yanında Almanca da ders olarak verildiği gibi⁹⁸, Gaziantep Halkevi'nde⁹⁹, Elazığ Halkevi'nde¹⁰⁰ ve Bolu halk evinde de Almanca kursu bulmaktaydı.¹⁰¹

1932 yılında Alman Akademisi Bursa'da Almanca dil kursu açmıştır. Fritz Bammes 1932'de kurulan Bursa Halkevinde Almanca dersleri vermiş ve verdiği bu dersleri Genel Sekreterliğe düzenli olarak rapor etmiştir (Kreiser,2016:139). Halkevleri kurslarının verdikleri diploma ortaokul diplomasına eşdeğer kabul edildiğinden de büyük öneme sahiptir (Kreiser,2016:142). Bammes Halkevindeki tek Almanca öğretmenidir. Halkevinin birçok masrafını kendisi ödemesine rağmen kurstan elde ettiği gelir oldukça azdır. Buna rağmen ders vermeye başladığı ikinci

⁹⁸ Sabiha Sertel "Bursanın İçtimai Kalkınması", Tan Gazetesi, 8 Nisan Cuma 1938, Sayfa.5, No.1055.

⁹⁹ "Gazi Antep Halkevinin Açtığı Kurslar", Cumhuriyet Gazetesi, 20 Temmuz Pazartesi 1936, Sayfa:6, No:4376.

¹⁰⁰ "Elaziz Halkevi bir yıl içinde neler başardı? Milliyet Gazetesi, 5 Mart Salı 1935, Sayfa.5 No.3258.

¹⁰¹ "Bolu'da: Mötörcülük İçin Kurs Açıldı" Tan Gazetesi, sayfa.8, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.8, No.997.

yılda 1934/1935 döneminde kurslar istikrar kazanmış ve Halkevinde üç kursta öğretmenlik yapmaya başlamıştır (Kreiser,2016:141). Eğitim faaliyeti 1937 yılının sonunda 200 kişiyle doruğa çıkmış ve Alman Akademisi ona Nasyonal Sosyalist Öğretmenler Birliğine üyeliğini de teyit ettikten sonra bir okutmanlık belgesi vermiştir (Kreiser,2016:148).

Bammes Bursa halkı üzerinde Almanların lehine dikkate alınacak bir imaj yaratmıştır. Yarattığı bu imaj sayesinde Bursa halkı Almanya'ya karşı daha dostane duygular beslemeye başlamıştır. Bammes Genel Sekreterliğe yolladığı 15 Aralık tarihli raporunda Bursa'da artık bütün ortaokullarda Almanca dersinin konulduğu ve Almancanın henüz öğretilmediği son okul olan Kız Lisesi'nde dersin müfredata alınmasında doğrudan katkısının olduğunu, aynı zamanda geçen yıl birkaç Bursalının Almanya'ya seyahat ettiğini, birkaçının da eskiden Paris'e seyahat planları yaparken artık Almanya'ya seyahate hazırlandıklarını söylemektedir (Kreiser,2016:148). Bammes Halkevindeki görevinin yanı sıra Türkische Post'ta da çalışmıştır. Yardımcı editörlere ek olarak, 1933-1940 yılları arasında Bammes'in editör kadrosundaki görevi Türkische Post'un sanat bölümüne Türkçe gazetelerdeki makaleleri tercüme etmektir (Alkan,2019:96).

Alman Akademisi, Nasyonal Sosyalistlere olan kişisel ve yapısal yakınlıkları ve özellikle Wehrmacht'ın işgal ettiği bölgelerde bulunmaları yüzünden 31 Aralık 1945 yılında ABD'nin işgal makamlarınca dağıtılmıştır (Laba,2018). 1951 yılında, 1945'te Alman Akademisi'nin genel sekreteri olan Franz Thierfelders'in fikri üzerine Goethe Enstitüsü kurulmuş ve enstitü sadece Alman Akademisi'nin finansal kaynaklarına dayanmakla kalmamış, aynı zamanda varlığının ilk yıllarında Alman Akademisi ile güçlü sürekliliklere sahip olmuş ve sonunda Alman Akademisi 1962 yılında Münih dernekler kaydından silinmiştir (Laba,2018).

SONUÇ

Türkiye yeni bir cumhuriyet olarak kurulduğu 1923 yılından itibaren büyük oranda savaş sonrası çözülememiş dış sorunlarla ilgilenmekteydi. İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sırasında Türk dış politikasını yönlendiren en önemli olay ise Türkiye'nin hissettiği İtalyan tehdidiydi. İtalyan tehdidinin Türkiye'nin sınırlarını tehdit edecek boyuta gelmesi Türkiye'nin karar alma süreçleri üzerinde etkili olmuştu.

Oluşan bu tehdidin yarattığı en önemli sonuçlardan biri ise Türkiye'nin İngiltere ile yakınlaşmasının sebebi olmasıydı (Deringil,1989:7). İnönü Nazi Almayasından daha çok İtalya'dan gelebilecek herhangi bir tehditte çekinmekteydi (Weisband,2002:25). İtalya'nın Almanya'nın saldırgan tutumu için var olması gereken bir ülke olduğu fikrinde olan İngilizler, özellikle İtalya'nın Habeşistan'ı işgaliyle Türkiye ile birlikte hareket etmeye başlamıştır.

Tarafsız kalma politikası ile Türkiye savaştan olabildiğince uzak dursa da bu politika Türkiye'nin iki taraftan da baskılar yaşamamasına neden olmuştur. Savaşa katılan ülkelerin adeta bir propaganda savaş merkezine çevirdiği Türkiye, dönem içerisinde savaşan ülkeler için stratejik açıdan önemli bir ülke konumundadır. Savaştan önce ve savaş yıllarında Türkiye için Almanya ile ilişkilerin kötüleşmemesi oldukça önemlidir. Türkiye bu nedenle Hitler'in iktidara geldiği günden savaşın sonuna kadar ilişkilerin kötü etkilenmesini engellemeye çalışmış ancak aynı zamanda da Almanya'ya olan ticari bağımlılıktan kurtulmak için alternatif yollar aramaya başlamıştır. Almanya'nın Türkiye üzerinde sahip olduğu ticari güç, bu durumun bir propaganda aracı olarak kullanılmasına neden olmuştur. Adeta Almanya'nın bir sömürgesi haline gelen Türkiye'de karar alıcılar bu durumdan büyük rahatsızlıklar duymuşlardır. Bu durum aynı zamanda Nazi Almanyası'nın kendisini her alanda üstün görmesine de yol açmıştır. Örneğin, TBMM'de 21 Haziran 1943 yılında Manisa Milletvekili Sarhan tarafından Berlin'de bulunan ticaret mümessilimizin umum müdür derecesinden şube müdür derecesine indirilirken, Alman ticaret mümessilinin elçi payesine çıkarıldığı bildirilmektedir.¹⁰²

Nazi Almanyası'nın Türkiye'deki ekonomik üstünlüğü özellikle 1936 yılının başlarında, Ankara'da siyasi bir şüphe oluşturmaya başlamıştır (Güçlü,2000:75). Almanya'nın Türkiye üzerinde sahip olduğu bu ekonomik üstünlük propaganda faaliyetlerinin yoğunlaşmasına neden olmuştur. Örneğin, yukarıda da belirtildiği üzere Türkiye'nin kağıt gereksiniminin büyük oranda Almanya'ya bağımlı olması, Almanların Türk gazetelerinde kendi lehinde haberler yapılması için baskı yapmalarına neden olmuştur. Ekonomik gücü etkileyerek kültür, eğitim ve siyasi hayata da etki yapabilen Almanlar 1933 yılından itibaren Türkiye üzerinde sistematik

¹⁰² TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.VII, Cilt.3, İçtima.F,21 Haziran 1943, sayfa.5.

bir propaganda çalışmasına girişmişlerdir. Bu propaganda faaliyetleri genel olarak genç ve aydın nüfus üzerine yoğunlaşmış ve Nazi Almanyası Türkiye’de birçok taraftar toplamıştır.

Türkiye’deki Nazi propagandacıları Türkiye’nin savaş boyunca tarafsız kalması ve diğer ülkelerle ittifaka girmemesi için çalışmıştır. Diğer tarafsız devletlerdeki Nazi faaliyetlerinin hedeflerine bakarak, propagandanın onları savaşan müttefikler olarak elde etmekten daha fazlasını amaçladığı ve geniş etkilere sahip olduğu görülmektedir (İşçi,2020:7). Nazi propagandacıları, Türkiye’yi özellikle ekonomik olarak bağımlı hale getirmek ve kamuoyunda propaganda faaliyetleri ile kültürel ilişkileri sağlayıp orduda da hem Alman yanlısı bir kadro oluşturmak hem de Alman silahlarına bağımlı hale getirmek için faaliyet göstermişlerdir (Uzgel,2009:306).

Nazi Almanyası yalnızca kara propaganda yapmakla kalmamış, tüm dünyada beyaz propaganda faaliyetlerinde de bulunmuştur. Nazi Almanyası’nın beyaz propaganda faaliyetlerine verilecek en önemli örnek ise 1936 Berlin Olimpiyat Oyunları olmuştur. Olimpiyat oyunlarını izlemek için Almanya’ya gelen turistlere Almanya’nın ırkçı kişiliği gizlenmiştir. Politik ve kültürel açıdan adeta Almanya’nın yeniden imajının yaratıldığı bu oyunlar, yabancı toplumlar üzerinde çok büyük bir etkiye sebep olmuştur. Berlin Olimpiyatlarının Türkiye’ye yansımaları da oldukça olumlu olmuş, özellikle Alman yanlısı gazeteler oyunlar hakkında yayınladıkları haberlerde Almanları yüceltmişlerdir. Ancak oyunlarla birlikte beyaz propagandanın kara propaganda için bir maske olarak kullanıldığı görülmektedir. Berlin Olimpiyatları ile Almanlar aslında Yahudi karşıtlığını gizlemiş ve tüm dünyaya oldukça barışsever ve misafirperver bir izlenim bırakmıştır. Daha sonra oyunların Leni Riefenstahl tarafından filme dönüştürülmesi ve bu filmin Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülkede gösterime girmesi de beraberinde gerçekleşmiştir.

Siyasi ve sosyolojik propaganda ayrımında bulunan Ellul (1973:62), siyasi propagandanın bir hükümet, parti, yönetim ya da baskı grubu tarafından yürütüldüğünü ve yöntemlerinin kasıtlı ve hesaplanmış olduğunu, açıkça ayırt edilebileceğini belirtmektedir. Bu tanımdan hareketle Nazi Almanyası’nın özellikle siyasi propaganda uygulamalarında oldukça başarılı oldukları görülmektedir. Türkiye’de de siyasi propaganda türünde faaliyet gösteren Naziler, özellikle ideolojilerini yaymak konusunda faaliyetlerde bulunmuştur. Ellul (1973:197) bu

konuda ideoloji ve doktrinin sadece propaganda tarafından bireyleri harekete geçirmek için kullanılan bir aksesuar olduğunu belirtmektedir. İdeolojiye ek olarak, propagandanın gerçekleşmesi için uygun bir ortamın yaratılması şartında (Bernays,1923:112), Nazilerin Türkiye’de propaganda faaliyetlerinde bulunabilmesi için çeşitli kurumlar kurması ve bu kurumlar aracılığıyla insanlara öncelikle sempatik görünüp daha sonra asıl propaganda faaliyetlerine geçtikleri görülmektedir. Fakat TBMM Zabıt Cerideleri 1933-1945 yılları arasında taranmış ve Türkiye’deki Nazi propagandasına ya da Nazi kurumlarına ait herhangi bir konuşmaya rastlanmamıştır. Buna ek olarak Koçak, (2013:179) her ne kadar yasak olsa da Nazilerin toplantılarını grup yöneticilerinin Türk polisi ile yakın ilişki kurması ile serbestçe gerçekleştirdiklerini belirtmektedir.

Öte yandan propagandacı kitleleri harekete geçirmek için bir mit yaratmaktadır ve Nazi Almanya’sının ırk efsanesi kitleleri eyleme geçirmek için ortaya atılmış bir mittir (Ellul,1973:31). Naziler gibi en pragmatik olanlar bile eylemlerini ahlaki ve sosyal olarak gerekçelendirmeye çalışmış, örneğin Aryan ırkını koruma amacı toplama kamplarının sadizmini haklı çıkarmıştır (Ellul,1973:157). Bu noktada propagandacının kendi niyetinin saflığı konusunda herkesi ikna etmesi gerekliliği (Jowet ve O’Donnell,2012:29), Yahudilere uygulanan nefretin gerekçelendirilme ihtiyacını da ortaya koymaktadır. Bu düşünce ile yabancı toplumlarda da uygulanan antisemitik propagandanın gerekçelendirilmesi sağlanmıştır.

Türkiye’de birçok taraftar bulan antisemitik propaganda, her ülkenin Yahudi düşmanlığını kendi gerekçelerine göre uyarlamasına ve bir sebep bulmasına neden olmuştur. Türkiye’de de özellikle kültürel alanda antisemitik ideoloji Nazi uygulayıcıları ve Nazi sempatizanları tarafından yayılmaya çalışılmıştır. Literatür, bu olayların özellikle Nazi Almanyası sonrası antisemitik düşüncelerin alevlenmesi ve basın ve kitaplar yoluyla halkın eyleme sürüklenmesi sonucu gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu tarz faaliyetler sonunda 1934 Trakya Olaylarına sebep olmuş ve çok sayıda Yahudi Trakya Bölgesi’nden göç etmek zorunda bırakılmıştır. Türkiye’de Nazilerden çok daha önce başlamış olan Yahudi karşıtlığı Nazilerin uyguladığı propaganda faaliyetleriyle had safhaya çıkmıştır. Özellikle Nazilerin desteklediği Türk gazetelerindeki ve dergilerindeki Yahudi karşıtı yazılar, halkın zaten sahip olduğu görüşleri daha da kuvvetlendirmiştir.

Zamanla Yahudi esnaflardan alışveriş edilmemesi yönünde eğilim gösterilmeye başlanılmış ve Trakya Olayları ile birlikte propaganda asıl amacına ulaşır kitleleri harekete geçirmiştir. Burada propaganda yapımcılar yalnızca hedef kitle üzerinde tutum değişikliği yaratmamış, aynı zamanda hedef kitleyi propaganda yapıcının istekleri doğrultusunda harekete geçirerek Yahudi karşıtlığının bir eyleme dönüşmesine neden olmuşlardır. Hükümet tarafında da bu antisemitik düşünceler bir karşılık bulmuştur. Örneğin 1942 yılında Başbakan Saydam'ın emriyle Anadolu Ajansı'nda çalışan 26 Yahudi işten çıkarılmış ve Almanlar bu durumu Yahudi aleyhtarı kışkırtmalarının bir başarısı olarak görmüşlerdir (Glasneck,1976:26).

Türkiye'deki Alman kurumları ise Nazi ideolojisine göre hareket etmiş ve Alman kültürünü Türkiye'de yayıp yüceltme odaklı çalışmalarda bulunmuşlardır. İstanbul'daki Teutonia Kulübü Hitler'in iktidara geldiği 1933 yılından itibaren Nasyonal Sosyalist ideolojiyi benimsemiştir. Buna uygun olarak Türkiye'de Alman Konsolosluğu'nun himayesi altında faşist toplantılar düzenlenmiş ve faşist sinema filmleri izlenmiştir. Aynı zamanda Alman dilinin yayılması için Alman Akademisi'ne bağlı olarak Bursa'da açılan kurslar, Almanlar hakkındaki görüşleri değiştirmiştir. Kursta katılan birçok Türk, Alman kültüründen etkilenmiş ve Almanya'ya seyahat etmeye başlamıştır.

Kültürel alanda uygulanan propaganda faaliyetlerinde Alman dilinin yaygınlaşması, Almanya'ya karşı olumlu duyguların oluşması ve Alman ideolojisinin bu yolla Türk kamuoyuna girmesinin sağlanması amaç edinilmiştir. Naziler tarafından Alman kültürünün cazibe unsuru olarak diğer ülkelere sokulması ya da bir kültürün üstün bir şekilde görülmesini sağlamak adına siyasi propaganda faaliyetlerinde de bulunulmuştur. Bu anlayışa göre Türkiye'den Almanya'ya eğitim için giden öğrenciler ve askerler ve bunun yanında Türk basınından belirli kişilerin Almanya'ya ziyareti politik bir propaganda faaliyetidir. Çünkü bu kişiler Alman yaşam tarzının etkisi altında bırakılmaya çalışılmış ve ülkelerine döndükleri zaman bu etkiye göre hareket etmişlerdir. Özellikle basını kazanmak için rüşvet de dahil olmak üzere birçok faaliyete geçen Naziler, Türk gazetecileri Almanya'ya davet ederek geniş kapsamlı bir propaganda faaliyeti yürütmüşlerdir.

Nazi Almanyası'nın Türkiye üzerinde bu tür faaliyetleri sürekli olarak tek taraflı sürdürmediğine dair örnekler de mevcuttur. Türkiye'deki Nazi örgütlenmelerinin yanı

sıra Almanya’da okuyan Türk öğrencilerin kurduğu Berlin-Türk Talebe Birliği de bulunmaktadır (Koçak,2013:181). Bu öğrenci birliği bir futbol takımı oluşturup Berlin üniversite öğrencileriyle futbol maçları düzenlemek gibi faaliyetlerde de bulunmuştur.¹⁰³ Buna ek olarak Türkiye ve Almanya arasındaki turizmi geliştirmek amacıyla İstanbul Valisi ve Belediye Başkanı’nın başkanlığında 3 Mart 1934 yılında Türk-Alman Turizm Komitesi de kurulmuştur (Koçak,2013:183). Bu örneklerin dışında Erns Jaeckh’in katkıları ile 1912 yılında kurulan Türk Alman Dostluk Derneği¹⁰⁴ özellikle oluşturduğu kültürel faaliyetlerle ekonomik, askeri ve siyasi iş birliğini amaçlamaktadır (Kaştan ve Uyanık,2019:473).

Propagandanın başarılı olmasında asıl hamleden önce kitlenin propaganda mesajlarını algılaması için “pre-propaganda” adını verdiği bir süreçten geçmesi gerektiğini belirten Ellul, (1973:15), bu sürecin yokluğunda propagandanın asıl işlevini sağlayamayacağını savunmaktadır. Bu görüşü Nazi Almanya’sının Türkiye üzerindeki faaliyetlerine uyarlıysak, Nazilerin Türkiye’deki pre-propaganda süreçleriyle asıl propaganda faaliyetlerine hazırlık yapmalarını, Türkiye’ye sürekli olarak Alman profesörlerin yollanmasıyla Alman diline olan ilginin artırılmasının yanı sıra, Türkiye’de Almanca öğrenimine olan ilginin de artırılması ve bu yolla Nazi Almanyası’nın Türkiye’de propaganda faaliyetlerinin gerçekleşmesi amacıyla Nazi yanlısı kişileri göndermeleri için bir fırsat yakalamasını örnek verebiliriz.

Ellul (1973:63) siyasi propagandadan farklı olarak gördüğü sosyolojik propagandada hareketin tersine döndüğünü ve mevcut ekonomik, politik ve sosyolojik faktörlerin giderek bir ideolojinin bireylere veya kitlelere nüfuz etmesine izin verdiğini belirtmiştir. Aynı zamanda siyasi propagandaya oranla daha yavaş yayılan ve uzun vadeli bir sonuç hedefleyen sosyolojik propagandanın (Ellul,1973:67), kasıtlı bir eylem sonucu oluşmadığını belirtmektedir (Ellul,1973:64). Propagandaya zemin hazırlayan bu propaganda türü, siyasi propagandadan farklı olarak görülse de iki türde de yaratılan etki ortaktır (Ellul,1973:65). Anlaşılacağı üzere sosyolojik propaganda kendini birçok farklı alanda göstermektedir ve en azından ilk aşamada kasıtsız bir

¹⁰³ “Berlin’de Bir Türk Futbol Takımı Teşekkül Etti”, Cumhuriyet Gazetesi, 29 Haziran 1938 Çarşamba, No.5074, sayfa.6.

¹⁰⁴ “Erns Jaeckh Kimdir?” Cumhuriyet Gazetesi, 11 Ekim 1989, sayfa.6.

davranış biçimidir. Bunun yanı sıra sosyolojik propaganda direkt propagandaya zemin hazırladığı gibi, zamanla propagandaya da dönüşebilir (Ellul,1973:66).

Ellul, (1973:232) demokratik ülkelerin otoriter ülkelere daha fazla propagandaya ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Otoriter ülkeler propaganda yaptıkları zaman bunu açık bir şekilde belli etmektedirler. Bu açıdan bakıldığında zaman sosyolojik propagandanın siyasi propagandadan çok daha gizli bir şekilde ve uzun vadeli hedefler almak amaçlanarak yürütüldüğü görülmektedir. Bu anlayışı günümüze uyarladığımızda Ellul'ün 1973 yılında verdiği "Amerikan hayat tarzı"nın bir yaşam standardı olarak tüm dünyaya yayılması örneğini günümüze de çevirebilmekteyiz. Ellul'ün Amerika'ya odaklanarak bahsettiği şekilde propaganda bir iyilik ve kötülük ölçüsüne dönüştürülmüştür. Bu açıdan bakıldığında günümüzde Federal Almanya tarafından bir kamu diplomasisi kampanyası olarak yürütülen "Made in Germany" sloganı bir sosyolojik propaganda örneğidir. Bu sloganla "Alman malı olan her şeyin dayanıklı" olduğu düşüncesi bir iyilik ölçüsü olurken, Alman malı olmayan şeylerin dayanıksız olduğu düşüncesi bir kötülük ölçüsü haline gelmiştir. Bir sonraki bölümde Alman Kamu Diplomasisi tartışılırken bu konu üzerine daha fazla değinilecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

FEDERAL ALMANYA’NIN KAMU DİPLOMASİSİ ve TÜRKİYE’DEKİ FAALİYETLERİ

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı’nın sona ermesinden sonra uluslararası sistemde güçsüz bir konuma düşen Almanya, ilerleyen yıllarda hem Soğuk Savaşın sona ermesi hem de iki Almanya’nın birleşmesiyle birlikte başka devletlerle olan ilişkilerine önem verdiği gibi yabancı halklarla olan ilişkilerine de önem vermiştir. Günümüz Federal Alman Devleti kamu diplomasisi faaliyetlerinde genel olarak, Nazi Almanyası’nın yaratmış olduğu olumsuz imajı silmek ve Almanya’nın başka ülkelerdeki imajını olumlu hale getirip Alman çıkarlarını korumak odaklı stratejik bir amaç gütmektedir. Türkiye de Almanya için önemli bir ülke olduğundan Almanya, kamu diplomasisi faaliyetlerini bu ülkede de yoğun bir şekilde sürdürmektedir.

Tezin bu bölümü, günümüzde Federal Almanya’nın Türkiye’de uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetlerinin niteliğinin ne olduğu sorusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Almanya Türkiye’de ara kurumlar aracılığıyla Alman dili ve kültürünün yaygınlaşmasının yanı sıra, Türk kamuoyu üzerinde Almanya’ya ait olumlu bir resmin oluşturulması için çaba sarf etmektedir. Dernek ve vakıflar da dahil olmak üzere Türk kamuoyunda stratejik bir amaç benimseyen kamu diplomasisi faaliyetleri günümüzde de oldukça yoğun bir şekilde devam etmektedir.

Tezin bu bölümünde ilk olarak Federal Almanya’nın kamu diplomasisi anlayışı üzerinde durulacaktır. Bir sonraki kısımda ise Türkiye’deki Alman kamu diplomasisi faaliyetleri Goethe Enstitüsü ve Alman vakıf ve dernekleri alt başlıkları altında incelenecektir. Sonuç kısmında ise tüm bu bilgiler ışığında Alman kamu diplomasisi ve Türkiye’deki faaliyetleri kamu diplomasisi kavramı üzerinden incelenecek ve literatürde kamu diplomasisinin propaganda kavramı ile olan ilişkisi Almanya örneği üzerinden tartışılacaktır.

4.1. Federal Almanya'nın Kamu Diplomasisi Anlayışı

Almanya, İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesi ile uluslararası sistemde adeta yalnız bırakılıp ABD, İngiltere, Fransa ve Sovyetler Birliği'nin kontrolü altına girdi ve tüm kültürel diplomatik ilişkileri aniden sona erdi (Auer ve Srugies,2013:21). 1990 yılına kadar bu kontrolün altında kalan Almanya, Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve iki Almanya'nın birleşmesiyle yeni bir dönemin içine girdi. Soğuk Savaş sonrası dönem, Federal Almanya'nın dış politikasında yeni anlayışların ortaya çıkmasına sahne oldu.

Bu dönemde dış politika anlayışını yüksek derecede ılımlılık, dizginleme ve dikkatlilik, çok taraflılık, daha fazla entegrasyonla birlikte kooperatif kurum inşası ve uluslararası hukuka odaklayan Almanya (Malici,2006:38), ekonomisini düzeltmeye de önem verdi. Buradaki ana etken, Alman dış politikasının Almanya'nın uluslararası sahnedeki güç konumu ve ekonomisi ile şekillendiği düşüncesiydi (Crawford,2007:1). Özellikle ekonomi ne kadar sağlam olursa, diğer ülkelerle iş birliğinin sağlanması noktasında Almanya'nın gücünün de o kadar fazla olacağı anlayışına göre hareket edilmekteydi. Crawford (2007:1) bu konu hakkında iç politikanın, siyasal kültürün, üstlendiği liderlik vasfının ve uluslararası kurumların hepsinin Alman dış politikası davranışına katkıda bulunduğunu ancak asıl temel faktörlerin iktidar ve ekonominin durumu olduğunu belirtmektedir.

Birleşme sırasında birçok realist gözlemci, Almanya'nın Avrupa ve dünyada daha iddialı, daha bağımsız ve potansiyel olarak baskın bir güç olacağını öngörmüştür (Denison,2001:158). Bu öngörü Almanya'nın AB içinde de gücünü büyük oranda arttırması ile haklı çıkmıştır. Almanya'nın artan gücü, AB içinde ve bir dizi çok taraflı müzakere forumunda iş birliğini sürdürmede lider rolünü üstlenmesini sağlamıştır (Crawford,2007:15). Bu açıdan AB Almanya için nüfuz sahibi olmak açısından oldukça iyi bir şans olarak ortaya çıkmıştır.

Crawford, (2007:16), Alman hegemonyası kavramı karşısında birçok gözlemcinin dehşete düştüğünü ancak Avrupa'nın en güçlü ülkesi olan Almanya'nın Avrupa kurumları yaratmada öncülük etmesinin ve bunu yapmak için uzun vadeli çıkarlar sürdürüp bu kurumlara istikrar sağlaması ve iş birliğini sürdürmek adına bir bedel ödemesinin, liberal hegemonyanın tanımına uyduğunu savunmaktadır. Gaskarth ve Oppermann (2019:18) ise, Almanya'nın bölgesel çerçeveleri destekleyerek gücü ve

liderliği daha yaygın bir biçimde uygulayan “isteksiz bir hegemon” olarak hareket ettiğini savunmaktadır. Almanya için “iyi huylu, sivilleştirilmiş bir hegemon” tabirini kullanan Gaskarth ve Oppermann (2019:18), Almanya’nın sivil konularda liderlik yapma görevine sahip olduğunu ancak bunun rıza ile ve kurumsal çerçevelerle gerçekteştiğini savunmaktadır.

İnşacı yaklaşım, politikanın üretildiği kültürel ve kurumsal çerçeveye önem vermektedir fakat bu çerçeve yalnızca politika yapımını güçlü bir şekilde etkilemekle kalmamakta aynı zamanda toplumun bu politikaları nasıl algıladığını da etkilemektedir (Wittlinger ve Larose,2007:483). Uluslararası ilişkilerde yaygın olan fikir ve normların geçmişin belirli bir kolektif hafızasından kaynaklandığını belirten Wittlinger ve Larose (2007:483), İkinci Dünya Savaşı ve Yahudi soykırımının Alman kolektif hafızasında kurumları, politikayı, siyasal kültürü ve söylemi etkileyen en önemli faktör olduğunu belirtmektedir. Realist inşacı düşüncenin çağdaş Alman dış ve güvenlik politikasını incelemek için uygun bir çerçeve olduğunu savunan Demirtaş ve Mazlum, (2018:31) ise, Alman dış politikasında hem güç ilişkilerinin dinamiklerinin hem de ahlakın etkisinin olduğunu savunmaktadır. Buna karşın Denison (2001:158), Almanya örneğinde uluslararası sistemin yapısının dış politikayı belirlediğine dair realist görüşün oldukça sınırlı olduğunu, Alman dış politikasının iç siyaset, kurumlar ve siyasal kültür hesaba katıldığında, liberal görüşle daha alakalı olduğunu savunmaktadır.

Dış politikasını oluştururken özellikle geçmişte yaşanmış kötü olaylardan büyük bir ders olarak hareket eden Almanya, diğer ülkelerle olan ilişkilerinde de bu anlayışa göre hareket etmiştir. Nazi döneminden çıkarılan ilk ders, içgüdüsel bir pasifizm benimsenerek, siyasi çatışmaların çözümünde herhangi bir güç kullanımının reddini savunmak olmuştur (Maull,2000:66). Pasifizm, demokrasi ve insan haklarına saygı, Almanya'nın dış politikasında güçlü temel siyasi değerler olarak ortaya çıkmaktadır (Maull,2000:66). Ancak literatür, Alman pasifizminin sürekli bir politika olmadığını ve bazı zamanlarda bu politikanın kullanılmadığı durumların da var olduğunu iddia etmektedir. Bu noktada Gaskarth ve Oppermann (2019:6), anti-militarizmin Alman siyasetinde güçlü ve sürekli bir güç olmasına rağmen Almanya'nın zorlayıcı diplomasiyi reddettiği fikrinin bazı yorumcular tarafından sorgulandığını belirtmektedir. Her ne kadar pasifist bir politika takip etse de bu durum Almanya'nın

askeri katılımın bir çatışma çözümü aracı olarak kabul edilmesini reddeden pasifist bir devlet olduğu anlamına gelmemektedir (Malici,2006:38). Almanya bu anlayışın aksi yönde dış politika kararları da almıştır.

Feldman'a (2012:68) göre hem ahlak ve pragmatizm hem de sorumluluk ve realizm tarafından yönlendirilen Alman dış politikası temel olarak diplomasiye dayanmakla birlikte askeri araçları da içerecek şekilde gelişmiştir (Feldman,2012:68). Örneğin, 11 Eylül'deki terör saldırılarını takip eden Afganistan'daki savaşta Almanya bazı askeri güçlere başvurmuştur (Malici,2006:58). Bu nedenle Almanya'nın tam anlamıyla pasifist bir politika yürüttüğü ve sert güç kullanımına karşı politikalar ürettiğine dair argümanlar süreklilik göstermemektedir. Ancak Alman dış politikasında birleşmeden bu yana yaşanan değişim hem çıkarlar ve içerik konusunda daha açık olunması hem de askeri güç kullanımı, yumuşak gücün baskın uygulamasından vazgeçilmesini değil, yumuşak gücün sert güçle yeni bir kalibrasyonu hissini vermektedir (Feldman,2012:68).

Dış politika anlayışı genel olarak bu şekilde olan Almanya, yabancı hükümetlerle etkileşimine önem verdiği gibi yabancı halklarla olan iletişimi konusunda da önemli adımlar atmaktadır. Bu noktada kamu diplomasisi faaliyetlerini yoğun bir şekilde sürdürse de Federal Almanya kamu diplomasisi kavramı hakkında hala soru işaretlerinin yaşandığı bir ülkedir. Yabancı halklarla kurulan iletişim Federal Almanya ile başlamadığı gibi, yukarıdaki bölümlerde bahsedildiği üzere Nazi Almanyası döneminde de yabancı halk ve onların ülke hakkındaki tutumuna büyük önem verilmiştir. Bu nedenle, kamu diplomasisi kavramının ortaya atılmasından çok daha önce aslında aynı faaliyetleri Auswärtige Kulturpolitik (Yabancı Kültür Politikası) veya außenpolitische Öffentlichkeitsarbeit (Dış Politika Halkla İlişkiler) olarak adlandıran Almanya'daki uygulayıcılar, kamu diplomasisi kavramını çok sık kullanmamıştır (Auer ve Srugies,2013:19). Almanya belirli bir süre kavrama oldukça uzak kalmış ve Alman Ticaret ve Yatırım Kuruluşu (Germany Trade and Invest), daha önce bu terimi hiç duymadıklarını açıklarken Alexander von Humbolt Vakfı kavramın kullanımında bulunmamış, Friedrich Ebert Vakfı ve Alman Kalkınma Servisi (German Development Service) de konseptte göre çalışmadıklarını ve bu terimi kuruluşlarında kullanmadıklarını açıklamışlardır (Auer ve Srugies,2013:7).

Yabancı halklarla iletişime girerken özellikle yurtdışındaki kültür politikası (Auswärtige Kultur und Bildungspolitik) üzerinde duran Federal Almanya, 1990 yılına kadar Alman kamu diplomasisinde baskın alan olan kültürel diplomasiyi kullanma eğilimi içine girmiştir (Pamment,2013:15-16). 1990'lara kadar, Federal Cumhuriyet'in dış imaj politikasının tarihi temel olarak dış kültürel politikasının (Auswaertige Kulturpolitik) tarihi olmuştur (Hülsse,2009:296). 1996 yılı ise yeni bir ekonomik çerçeve getirdiği için Alman dış imaj politikasında bir dönüm noktası olmuştur (Hülsse,2009:298). 1996 yılında yapılan bir konferansta Alman Dışişleri Bakanı Klaus Kinkel'in dış kültür politikası söylemine pazarlama ve halkla ilişkileri de eklemesi, kültürün ülkenin bir parçası olduğu ve dış kültür politikasının "Almanya'nın reklamını yapmak" olduğu sözleriyle yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur (Hülsse,2009:298). Ancak eski çerçeve bir anda ortadan kalkmamıştır. Daha ziyade, Alman dış imaj politikası artık iki paralel hedefin (güvenlik / ekonomi) ve iki paralel araç setinin (klasik dış kültürel politika / halkla ilişkiler ve pazarlama) bir arada bulunmasıyla karakterize edilmiştir (Hülsse,2009:299).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'nın yurtdışında güvenilirliğini tekrar sağlamaya yönelik kültürel faaliyetleri, 1945 yılından beri çeşitli kültür girişimleri ile ülkenin dış politikasında önemli bir yer tutmuştur (Gutierrez,2015:367). Almanya'nın İkinci Dünya Savaşı sonrasında uyguladığı kültürel dış politika geleneği bugün Avrupa ve bunun da ötesinde uluslararası sahnede siyasi bir güç olarak öne çıkma ihtiyacı ile bir dönüm noktasındadır (Pamment,2013:27). Alman kamu diplomasisinin bu amaçla hareket eden baş rol oyuncusu, ülkenin Berlin merkezli Dışişleri Bakanlığı (Auswärtiges Amt, AA)'dır (Zöllner,2009:263). Dışişleri Bakanlığı 153 büyükelçilik ve 55 konsolosluk ile yurt dışında Almanya adına kamu diplomasisi faaliyetlerine öncülük etmektedir (Pamment,2013:19). Fakat Alman kamu diplomasisi büyük oranda aracı kurumlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu aracı kurumlar, Goethe Enstitüsü, DAAD, Alexander von Humbolt Vakfı, Alman yabancı okulları (Auslandsschule) ve Dış İlişkiler Enstitüsü'nü (Institut für Auslandsbeziehungen) içermektedir (Wood,2018:12). Bunlara ek olarak Alman Arkeoloji Enstitüsü (Deutsches Archäologisches Institut) de Almanya'nın kültürel ve bilimsel büyükelçisi olarak yüksek bir üne sahiptir (Bundesregierung,2019:205).

Kuruluşlar temelde Almanya hakkında bir farkındalık yaratma, bilgiyi arttırma, önyargıları azaltarak anlayış ve sempati kazandırma ve yurtdışında ülkenin olumlu imajını yaratma gibi amaçlarla faaliyetler yürüterek çalışmalar yapmakta ve kullandıkları araçları hedef gruplarına göre belirlemektedirler (Auer ve Srugies,2013:7,30). Bazıları devlet dışı kurumlar olarak tanımlanmalarına rağmen fonlarının çoğunu kamu bütçelerinden almakta ve Goethe ve Humboldt'un saygın isimlerini kullanarak kültür ve bilim apolitik olarak tasvir edilmektedir (Wood,2018:12). Özellikle eğitim alanında hükümet dışı bu kuruluşların Almanya'ya olan ilgiyi arttırmada oldukça başarılı olduğu görülmektedir. Örneğin DAAD uluslararası bilim ve üniversite iş birliğini geliştirmek amacıyla Mart 2018 yılı itibariyle, 241 üniversite ve 104 öğrenciden oluşan bir birlik haline gelmiştir (Bundesregierung,2019:201). Bunun yanı sıra burs programları da olan DAAD, Almanya'nın akademik gücünün arttırılmasında önemli bir kuruluştur.

AKBP, siyasi ve ekonomik ilişkilerin yanı sıra Alman dış politikasının üçüncü direğini oluşturmakta ve kültürel ve eğitsel teklifler ile insanlara ulaşarak ortaklık tabanlı ve dostça uluslararası ilişkiler için istikrarlı bir temel oluşturmaktadır (Bundesregierung,2019:24). Tüm kültür enstitüleri ülke sınırlarının dışında kendi ülkelerinin dil ve kültürünün araştırılması ve geliştirilmesine odaklanmıştır (Gutierrez,2015:361). Akademik ve kültürel değişimler şeklindeki yumuşak güç kaynakları, Almanya'nın yurt dışındaki olumsuz imajını değiştirmek amacıyla yoğun bir yatırım konusu olmuştur (Grix ve Houlihan,2013:579). AKBP'nin kültürel çalışmaları, temelinde Federal Dışişleri Bakanlığı'nın yukarıda belirtilen aracı kuruluşları ve literatür taraması sonucunda görüldüğü üzere özellikle Goethe Enstitüleri tarafından yürütülmektedir. Ancak 2019 yılında yayınlanan hükümet raporunda Federal Dışişleri Bakanlığı'nın kendi proje fonlarıyla Goethe Enstitüsü veya başka bir aracı yapı olmasa bile kültürel çalışmaları mümkün kılabilirdiği belirtilmektedir (Bundesregierung,2019:48).

AKBP ile Almanya'yı ve Almanya'nın kültürünü tanıtmak amaçlı birçok faaliyet düzenlenmektedir. Almanya'nın yumuşak gücü ile uluslararası toplumda etki sahibi olduğu bir örnek ise 2006 FIFA Dünya Kupasıdır. Almanya için, Dünya Kupası'na ev sahipliği yapmak ulusal imajını yukarıya taşıma fırsatı sunmuştur. Oyunlara ev sahipliği yapan Almanya yüzlerce turisti ağırlamış ve milyonlarca

televizyon izleyicisi tarafından izlenen ülke olarak ülke imajını tanıtma şansı kazanmıştır. Almanya'nın Dünya Kupası'nda ev sahibi olmasıyla birlikte Berlin de bir şehir olarak pazarlama kampanyalarından biri haline gelmiştir. Berlin hakkında yapılan sayısız pazarlama kampanyası Berlin'in açık bir şehir olan imajını yeniden yapılandırmış ve "Açık olun, özgür olun, Berlin olun" gibi sloganlar Berlin'in hem sakinlerini hem de ziyaretçilerini şehri yeni, yaratıcı, girişimci ve liberal bir ışıktaki görmeye teşvik etmiştir (Sark,2012:254).

Yapılan bir ankette, Almanların yüzde 81.7'si ev sahibi ülke olarak Almanya'nın seçilmesinin doğru bir tercih olduğunu belirtmişlerdir.¹⁰⁵ Yüzde 87.1 oranında Almanya için ev sahipliğinin iyi bir reklam aracı olduğu belirtilen ankette, Almanların güler yüzlü ve hoşgörülü bir ev sahibi olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 95'tir. Ankette ayrıca yalnızca yabancı ülkelerin halklarının değil aynı zamanda Alman halkının da ülkeye karşı yeniden güven duymasının sağlandığı görülmektedir. 1990 yılındaki birleşmeden bu yana Almanlar ulusal sembollerini sergilemek konusunda açık olmamış ancak 2006 FIFA Dünya Kupası ile sokaklar, vitrinler, kafeler, balkonlar, arabalar Alman bayrakları ile süslenmiş ve insanların yüzleri Alman bayrağının renklerine boyanmıştır (Sark,2012:259). Bunların yanı sıra Alman basınında sık sık Almanların 2006 FIFA Dünya Kupasıyla birlikte kendilerini yeniden Alman hissettikleri ve ülkede her yerin Alman bayraklarıyla donatılmasının Alman milliyetçiliğine olan etkisi tartışılmıştır.¹⁰⁶ Özet olarak tüm dünya futbola odaklanmışken bu durum Almanya'da şiddetli bir öz bilinç yaratmıştır (Sark,2012:259).

2006 yılında Almanya'nın FIFA Dünya Kupası'nda ev sahipliği yapması kamu diplomasisi faaliyetleri için bulunmaz bir fırsata dönüştürülmüştür. Tüm ülke için imaj oluşturma projesi ve sermayesi Cumhurbaşkanı Horst Köhler tarafından başlatılmış ve Alman hükümeti için "Land der Ideen" (Fikirler Ülkesi) kampanyasını tasarlayan Scholz & Friends şirketine emanet edilmiştir (Sark,2012:260-261). 2005 yılında,

¹⁰⁵ Daha fazla bilgi için, bkz: https://www.germany.travel/media/en/pdf/dzt_marktforschung/Fazit_der_FIFA_WM_2006_PDF.pdf (17.02.2020)

¹⁰⁶ Daha fazla bilgi için, bkz: Topakkaya, Arslan, "Dünya Futbol Şampiyonası Bağlamında Almanya'da Açığa Çıkan Milliyetçilik (Patriotismus) Akımının Alman Basınına Göre Değerlendirilmesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007 C.6 S.20 ss.246-259.

Avrupa'nın en büyük reklam ajansı olan Scholz and Friends'in Dünya Kupası için başlattığı markalaşma kampanyası ile Dışişleri Bakanlığı ve Eğitim ve Araştırma Bakanlığı, ThyseenKrupp, Deutsche Welle ve Goethe Enstitüsü gibi kuruluşları desteklemiştir (Colvin,2014:467). Bunun yanında Alman başarıları, dönüm noktaları ve fikirler olarak Berlin'in şehir merkezinde “Fikirler Yürüyüşü” projesi ile sergilenmiştir.

1990'lı yılların ortalarına kadar yalnızca güvenlik odaklı sebeplerle imaj çalışmaları yapıp, dış kültürel politika araçlarını kullanan Almanya, ilerleyen yıllarda imaj politikasında ticari hedefler izlemeye başlamış ve bu nedenle oluşturulan “Fikirler Ülkesi” sloganı, ulus-marka kampanyası gibi halkla ilişkiler ve pazarlama araçlarına dayanmıştır (Hülse,2009:293). Aynı zamanda Almanlar tarafından üretilen malların dünya çapında beğeni toplaması sonucu “Made in Germany” sloganı markalaşma, reklam ve pazarlama unsuru haline gelmiş ve günümüzde birçok alanda slogan kalite ve güvenin sembolü olarak görülmüştür.¹⁰⁷ Bu sayede slogan Alman mallarının tüm dünya ülkelerinde kaliteli olarak algılanmasıyla birlikte Almanya'nın ekonomik gücünün artırılmasında yumuşak güç unsuru haline gelmiştir.

Küreselleşmeyle birlikte ülkeler arasındaki sınırların bir anlamda yok olması ve dünyanın büyük bir pazar haline dönüşmesi, ülkelerin de ürettikleri mallarla olduğu kadar kendi ülkelerinin değeri için de rekabet altına girdikleri bir düzen oluşturmuştur. Ülkeler küresel dünyada turistleri, yatırımcıları, girişimcileri, kalifiye işçileri ve öğrencileri çekmek, uluslararası spor ve kültürel etkinliklerden paylarını almak ve uluslararası medyadan, diğer ülke halklarından ve hükümetlerinden olumlu bir ilgi ve saygı kazanmak için de yarışmışlardır (Joseph,2013:1). Almanya'yı yabancı ülkelerde sergileyip turizm ve yabancı yatırımları çekerek Alman ulusal imajını geliştirmek için tasarlanan ‘Fikirler Ülkesi’ kampanyası çok başarılı olmuş ve bugüne kadar devam edip iş, bilim ve sanat dünyasından kilit aktörleri bir araya getirerek Almanya'nın imajının dışarıdan tanıtımını kolaylaştırmıştır (Grix ve Houlihan,2013:581). Almanya'nın turistlere ve medyaya ‘Fikirler Ülkesi’ olarak tanıtımı, pazarlama

¹⁰⁷ Deutsche Welle, “‘Made in Germany’ 125 yaşında”, 2012, <https://www.dw.com/tr/made-in-germany-125-ya%C5%9F%C4%B1nda/a-16188243>, (19.02.2020)

stratejileriyle Almanların kendini yansıtmaları ve kimlik oluşumunu teşvik etmiştir (Sark,2012:260).

Almanya'nın ulusal kimliği genellikle milliyetçi ve tartışmalı görülmüştür (Kersting,2007:278). 2005 yılında çoğunlukla medya sektöründen oluşan aralarında Bertelsmann Vakfı ve ulusal televizyon yayın kuruluşlarının da bulunduğu 25 şirketin oluşturduğu “Sen Almanyasın!” (Du bist Deutschland) kampanyası ile Alman kimliği güçlendirmeye çalışılmıştır (Kersting,2007:281). “Sen Almanya'sın!” mesajı Doğu-Batı, Nazi-sosyalist, komünist ya da kapitalist olarak bölünmüş değil, tamamen yeni Almanya'yı somutlaştıracakları için öncelikle genç nesillere yönelmiştir (Sark,2012:261). Ancak daha sonra bu sloganın ilk kez Hitler döneminde kullanıldığı açığa çıkmış ve Almanya büyük tartışmaların ortasında kalmıştır.¹⁰⁸ Bu gibi projelerin yanında 2006 FIFA Dünya Kupası'nda yayınlanan ve Heidi Klum, Oliver Bierhoff gibi ünlü kişilerin oynadığı “Almanya'ya Hoş geldiniz” adlı kısa 10 dakikalık bir tanıtım filmi de gösterime girmiştir (Colvin,2014:467).

Alman kamu diplomasisinde uzun bir süredir özellikle İslam dünyası ile diyalog anlayışı büyük yer tutmaktadır. 1970'lerden bu yana Arapça konuşan dünyayla diyalog kurmak Alman dış politikasının kritik bir özelliği olmuş ve ülke kendisini Batı, Arap ülkeleri ve İsrail arasında tarafsız bir aracı olarak konumlandırmaya çalışmıştır (Zöllner,2006:173). Alman Konzeption/2000 raporu ile hükümet 11 Eylül sonrası kültürel ilişkilerin dış politikanın bir parçası olarak yeniden tasarlanmasını öngörmüş ve 11 Eylül'den sonra, Almanya, “Avrupa-İslami Kültür Diyalogu” veya “Kültür Diyalogu” nu teşvik etmek için uzun vadeli bir kampanya oluşturmuştur (Pamment,2013:25-26). Alman uygulayıcılar bu amaç ile özellikle aracı kurumların bu bölgelerde faaliyet halinde olmaları için çalışmalar sürdürmüşlerdir. Örneğin, Almanya'da yayın yapmayan Deutsche Welle, 1953 yılında yurtdışındaki izleyicileri Nazi sonrası yeni Almanya hakkında bilgilendirmek için bir radyo servisi olarak kurulmuştur (Zöllner,2006:170). Arapça versiyonu ile temel olarak sporla birlikte siyasi, ekonomik ve kültürel meseleleri gösterirken, Alman ve küresel kültürünü,

¹⁰⁸ Daha fazla bilgi için, bkz: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/slogan-for-german-feelgood-campaign-was-used-by-nazis-329451.html> (19.02.2020)

Almanya'da turizmi, güncel konuları ve eğilimleri kapsayan ve çağdaş Almanya'daki yaşamı tasvir eden belgeselleri de konu etmiştir (Zöllner,2006:174).

Federal hükümetin 2019 yılında yayınladığı raporda Deutsche Welle, dünya çapında, özellikle kriz bölgelerinde yaşayan insanların, dünyada olup bitenler hakkında bağımsız ve nesnel bilgi edinmelerini sağlamak için önemli bir katkı yapmaktadır (Bundesregierung,2019:115). Raporda aynı zamanda Deutsche Welle'nin göç ve mülteciler konusunu göz önünde bulundurarak, özellikle Afrika ve Arap dünyasında olmak üzere tüm formatlarda (TV, radyo, sosyal medya) ve dillerde verdiği hizmetlerle kapsamlı bilgiler sunduğu belirtilmektedir (Bundesregierung,2019:115). Deutsche Welle haftada 86 milyona ulaşan 30 dilde haber üretmekte (Pamment,2013:19) ve devlet dışı bir aktör olmasına rağmen hedef kitlelerle siyasi iletişim sağlamak için Federal Dışişleri Bakanlığı tarafından finanse edilmekte ve bu nedenle “aktör merkezli” bir araç olarak görülmektedir (Auer ve Srugies,2013:30).

Genel olarak kamu diplomasisi anlayışı bu şekilde şekillendirilen Federal Almanya Türkiye'deki kamu diplomasisi faaliyetlerinde de aynı anlayışa göre hareket etmektedir. Türkiye'de özellikle aracı kurumlarla bir etki yaratmaya çalışan Federal Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetlerinde Goethe Enstitüsü ve vakıf ve dernekler baş rolü oynamaktadır. Bir sonraki bölümde Federal Almanya'nın Türkiye üzerinde uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetlerine değinilecektir.

4.2. Federal Almanya'nın Türkiye'deki Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Almanya ve Türkiye arasındaki ilişkilerde İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden ve Federal Almanya Cumhuriyeti'nin kuruluşundan bu yana çok sayıda iniş çıkış yaşanmıştır. Soğuk Savaş sırasında geliştirilen ilişkiler ile Türkiye'nin Avrupa'daki önemli müttefiklerinden biri olan Almanya ile siyasi, ekonomik, askeri ve insani boyutları olan ve köklü bir geçmişe sahip çok yönlü ilişkiler oluşturulmuştur.¹⁰⁹ Özellikle ekonomik anlamda iki ülke arasındaki ilişkiler oldukça büyük bir yer tutmuştur. Çok sayıda Alman şirketi Türkiye'ye büyük yatırım yapıp

¹⁰⁹ Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, “Relations between Turkey and the Federal Republic of Germany”, bknz: <http://www.mfa.gov.tr/relations-between-turkey-and-the-federal-republic-of-germany.en.mfa> (20.02.2020)

şubeler açmıştır ve günümüzde de Almanya Türkiye'nin en önemli ticaret ortağı olmaya devam etmektedir.

Almanya'nın yumuşak gücünü oluşturan ve "Made in Germany" sloganı ile kamu diplomasisi faaliyetinde bulunan Türkiye'deki Alman firmalarının sayısı ve Alman mallarının kullanım oranı oldukça yüksektir. Örneğin; Euronews'in haberine göre Türkiye'de en çok satılan araba markasında ikinci sırada 855 bin 282 araçla Volkswagen bulunurken, Alman markasının pazardaki payı ise yüzde 10,8 olmuştur.¹¹⁰ Bu örneğin yanı sıra, Almanya'nın Türkiye'de bulunan dış temsilciliklerinin resmi sayfasında Türkiye'de Alman sermaye ortaklığı ile 7.250'nin üzerinde Türk-Alman şirketinin bulunduğu ve Alman şirketlerinin Türkiye'de 1980 yılından beri yatırım hacminin yaklaşık olarak 14.5 milyar USD olduğu belirtilmiştir.¹¹¹ Bu tarz ekonomik faaliyetlerin yanı sıra Almanya, Türk kamuoyu üzerinde olumlu izlenimler oluşturmak amacıyla bir dizi kamu diplomasisi faaliyetinde de bulunmaktadır.

Federal Almanya'nın Türkiye'deki kamu diplomasisi faaliyetleri ağırlıklı olarak kültür ve eğitim alanlarında yapılan çalışmalarla sağlanmaktadır. Bu amaçla kamu diplomasisinde bulunan araçlar ise, ara kurumlar ve Türkiye'de bulunan konsolosluklardır. Bu ara kurumlardan biri olan ve 1925 yılında kuruluşundan bu yana DAAD, Almanya ve yurtdışında 17'si Nobel ödülü sahibi olmak üzere iki milyondan fazla öğrenci, mezun ve akademisyeni desteklemiş ve 2018'de dünyanın tüm bölgelerinden 145.000 kişiye finansman sağlamıştır (Bundesregierung,2019:201). Türkiye içinde de faaliyet gösteren DAAD, 2017/2018 öğretim yılında Türkiye'ye 22 DAAD okutmanı ve dil asistanı göndermiş, bunlardan 7 okutman Türk-Alman Üniversitesi'nde, 2 branş okutmanı da İstanbul Bilgi ve İstanbul Kültür Üniversitesi'nde görev yapmaktadır.¹¹² İstanbul ve Ankara'daki danışma ve bilgi merkezleri ile DAAD, Almanya'da yüksek öğrenim ve araştırmalar hakkında bilgi

¹¹⁰ Euronews, "Türkiye'de Son 15 Yılda En Çok Hangi Marka Otomobil Satıldı?", 26.12.2019, <https://tr.euronews.com/2019/12/26/turkiye-de-son-15-yilda-en-cok-hangi-marka-otomobil-satildi> (20.02.2020)

¹¹¹ Almanya'nın Türkiye'deki Dış Temsilcilikleri, "Türkiye'deki Alman Yatırımları", <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/wirtschaft/-/1798700> (20.02.2020)

¹¹² Almanya'nın Türkiye'deki Dış Temsilcilikleri, "DAAD-Alman Akademik Değişim Servisi" <https://tuerkei.diplo.de/tr-de/themen/kultur/-/1797562> (20.02.2020)

vermekte, aynı zamanda Türk öğrencilerine ve akademisyenlerine yönelik burs olanakları sağlamaktadır.

Uzun yıllardan beri Türkiye’de varlığını sürdüren Alman okulları da kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Türkiye’de eğitim kurumu olarak da büyük üne sahip olan bu okullar, 8 Mayıs 1957 yılında Almanya ile Türkiye arasında imzalanan Kültür Anlaşmasını esas alarak faaliyetlerini sürdürmektedir.¹¹³ Ernst-Reuter Okulu (Almanya Ankara Büyükelçiliği Özel Okulu) ve İstanbul ve İzmir’deki şubeleri, 1868 yılında İstanbul’da kurulan Alman Lisesi, İstanbul Erkek Lisesi Almanca Bölümü¹¹⁴, Türk-Alman Üniversitesi, Özel Alman Lisesi ve İstanbul Erkek Liseliler Eğitim Vakfı tarafından kurulan İELEV Özel Lisesi gibi okullar Almanya’nın Türkiye’deki yumuşak gücünü oluşturmaktadırlar. Konsolosluk, 1868 yılından beri eğitime devam eden Alman Lisesi’nden, 1884 yılında kurulan İstanbul Lisesi’nden ve İELEV’den her yıl yaklaşık 200 Türk öğrencinin, Alman Lise Diplomasını aldıklarını belirtmiştir.¹¹⁵ Aynı zamanda “Ortak Araştırma, Eğitim ve Yenilik Yılı:2014” ‘ün açılışında Federal Araştırma Bakanı ve Fikri Işık arasında bir bildirge imzalandığı gibi, Alman Araştırmalar Derneği ile TÜBİTAK anlaşmalarını yenilemiş ve DAAD ile YÖK Alman ve Türk yükseköğretim kurumları arasında etkileşimi artırmak amacıyla bir iş birliği anlaşması imzalamıştır.¹¹⁶ Bunun yanı sıra 2016 yılında yayınlanan bir habere göre, Erasmus programı kapsamında Türkiye’den en fazla öğrenci değişimi Alman üniversiteleri ile yapılmaktadır ve Erasmus kapsamında son dönemde Türk-Alman üniversiteleri arasında yılda 8 bine yakın öğrenci ve stajyer değişimi yapılmıştır.¹¹⁷

Federal Almanya’nın Türkiye üzerindeki kamu diplomasisi faaliyetlerinde özellikle Türkiye’deki gençlerin ve aydınların hedef alındığı görülmektedir. Bu amaç ile 1994 yılından itibaren Almanya ile Türkiye arasındaki gençlik politikası iş birliğine

¹¹³ Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, “Alman Yurtdışı Okulları ve Türkiye’deki Almanca Eğitimi Veren Okullar”<https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/kultur/-/1797674>

¹¹⁴ Hem Türkiye Cumhuriyeti’nin bir devlet okulu, hem Alman yurtdışı okuludur.

¹¹⁵ Daha fazla bilgi için, bkz: <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/vertretungen/generalkonsulat-istanbul/04-kultur/1530410> (20.02.2020)

¹¹⁶ Federal Ministry of Education and Research, Turkey: The Bridge between Europe and Asia <https://www.bmbf.de/en/turkey-the-bridge-between-europe-and-asia-2217.html> (25.02.2020)

¹¹⁷ Deutsche Welle, “Alman eğitimciler endişeli” 22,07,2016, <https://www.dw.com/tr/alman-e%C4%9Fitimciler-endi%C5%9Feli/a-19421010> (25.02.2020)

ilişkin bir antlaşma yapılmıştır ve antlaşma hala yürürlüktedir (Bundesregierung,2019:101). Federal Almanya'nın bu konuda odaklandığı en önemli faaliyet öğrenci ve gençlik değişimleridir. İkili öğrenci ve gençlik değişimini güçlendirmek amacıyla 2012 yılında Mercator Vakfı ve Federal Dışişleri Bakanlığı tarafından finanse edilen Alman-Türk Gençlik Köprüsü (Die Deutsche-Türkische Jugendbrücke) kurulmuştur (Bundesregierung,2019:101). Kuruluş, 2022 yılına kadar Mercator derneğinden 6.79 milyon euro tutarında finansal destek alacaktır.¹¹⁸

Oluşturulan bu yapı ile iki ülkenin gençlerinin birbirlerinin ülkelerini tanımaları, anlamaları ve gelecekte iletişim kurmalarının devam etmesi hedeflenmektedir (Bundesregierung,2019:101). Eski Dışişleri Bakanı Frank-Walter Steinmeier, gençler arasındaki değişim programlarına önem verdiğini ve bu nedenle Gençlik Köprüsü'nü maddi olarak geliştirmek istediğini belirttiikten sonra 2017 yılında Dışişleri Bakanlığı'nın kuruluşa sağladığı fon iki katına çıkmıştır.¹¹⁹ 2014 yılından bu yana, Almanya ve Türkiye'den 6.500'den fazla katılımcının programa alınması ile özellikle spor, kültürel eğitim ve dijitalleşme alanlarındaki model projeler ile gelecekte bir vizyonun geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Bundesregierung,2019:101). Federal Dışişleri Bakanlığı, Federal Aile, Yaşlılar, Kadınlar ve Gençlik Bakanlığı tarafından desteklenen kuruluş, istikrarlı bir diyalogun sağlanmasının geleceğe yatırım yapmak ve karşılıklı olarak önyargıları ve yanlış düşünceleri azaltmak amacıyla sürdürülebilir gençlik değişimine önem vermektedir.¹²⁰ Aynı zamanda oluşturulan projelere hibe sağlanıp¹²¹ bu hibeler ile projeler bürokrasiye takılmadan desteklenmektedir.¹²²

Bu örneğin dışında Federal Hükümet raporlarında Türkiye'de yer alan bir diğer proje ise Türkiye'nin Diyarbakır, Gaziantep ve İzmir şehirlerinde kültürel girişimlere ve yaratıcı projelere finansman sağlayan "Kültür Yerleri" (Orte der Kultur) projesi ile yerel kültürlerle erişim sağlamak hedeflenmiş ve (Bundesregierung,2019:124) 2018 baharında 22 proje finanse edilmiştir (Bundesregierung,2019:125). Resmi internet

¹¹⁸ Deutsch-Türkische Jugendbrücke, "Buluşturuyoruz", ss.18 https://jugendbruecke.de/wp-content/uploads/P170096_DTJB-Brosch%C3%BCre_RZ_180809-TUR_Web.pdf (25.02.2020)

¹¹⁹ Deutsch-Türkische Jugendbrücke, "Buluşturuyoruz", ss.21

¹²⁰"Olgular ve Rakamlar" https://jugendbruecke.de/wp-content/uploads/Fact-Sheet_TR.pdf (25.02.2020)

¹²¹ Deutsch-Türkische Jugendbrücke, "Buluşturuyoruz", ss.4, no.118

¹²² Deutsch-Türkische Jugendbrücke, "Buluşturuyoruz", ss.5, no.118

sitelerinde, bu projenin kapsadığı bölgelerde sanat temelli toplum değişimine katkıda bulunduğu belirtilen proje, amacını çeşitlilik, kapsayıcılık ve kültürel alışverişe değer veren sürdürülebilir programlar oluşturmak olan girişimlere öncelik vermek olarak belirtmektedir.¹²³

Kültürel olarak projeler oluşturmak ve kurumlarla varlığını göstermenin yanında Federal Almanya, Türkiye’de çeşitli gazeteler kurarak, basın yoluyla halka ulaşmayı da amaç edinmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye’de bulunan “*Alman Türkiye Gazetesi - Büyük Türkiye*” 2003 yılından beri yayınlanmaktadır ve resmi internet sitesine göre gazete iki haftada bir, kışın 10.500, yazın 18.000 tiraj ile yayınlanmaktadır ve hedef kitleleri ise, Alanya, Side ve Antalya’ya kadar tüm bölge için turistler ve bölge sakinleridir.¹²⁴ Bunun yanı sıra Türkiye’de yayınlanan ve 2002 yılında internet gazetesi olarak başlayıp daha sonra aylık gazete haline gelen *İstanbul Post* da Almanca olarak yayın yapmaktadır.¹²⁵ Ancak Almanya’nın yurtdışındaki halklara ulaşmakta en önemli araçlardan biri olan Deutsche Welle Türkçe olarak da hizmet vermesi ile diğer yayın organlarından çok daha fazla ilgi görmektedir. Otuz farklı dilde hizmet veren Deutsche Welle’nin Türkçe internet sitesi Almanca öğrenmek isteyenler için küçük derslerden oluşan videolar da sağlamaktadır.¹²⁶ Aynı zamanda Almanca öğretmenlerinin indirmesi için çeşitli konularda eğitim materyalleri de bulunmaktadır (Bundesregierung,2019:145). Ancak Alman dilinin yayılmasındaki en büyük aracı kuruluş Goethe Enstitüsüdür ve Türkiye’de de yoğun bir şekilde faaliyet göstermektedir. Bir sonraki bölümde bu kuruluş incelenecek ve Türkiye’deki kamu diplomasisi faaliyetleri hakkında bilgi verilecektir.

4.2.1. Türkiye’de Goethe Enstitüsü

1925 yılında kurulan Alman Akademisi İkinci Dünya Savaşı’nın sona ermesiyle müttefikler tarafından dağıtılan tek kurumdur (Michels,2004:207). Nazi Almanyası döneminden önce kültürel bir kuruluş olarak Almancaya ve Almanya’ya olan ilgiyi

¹²³ “About Space of Culture”, <https://spacesofculture.com/about/> (25.02.2020)

¹²⁴ Almanya-Türkiye Gazetesi: Büyük Türkiye, “Hakkımızda” <http://www.tuerkei-zeitung.de/content/ueberuns/> (26.02.2020)

¹²⁵ İstanbul Post “Hakkımızda” <http://www.istanbulpost.net/index.php/news/about>, (29.02.2020)

¹²⁶ Daha fazla bilgi için bkz: <https://www.dw.com/tr/almanca-%C3%B6%C4%9Frenin/s-2604> (29.02.2020)

artırmak ile görevli olan bu kuruluş, 1933 yılından itibaren Nazi propagandası yapan bir kuruluş haline dönüşmüştür. Goethe Enstitüsü, bir propaganda kurumu haline gelmesi nedeniyle ABD'nin işgal gücü tarafından 1945'te dağıtılan ve 1930'dan itibaren Alman dilini yurtdışında yaymayı amaç edinen Alman Akademisi'nin halefidir (Michels,2006). Akademi dağıtıldıktan sonra Alman Akademisi Genel Sekreteri olan Franz Thierfelder (1896-1963), diğer eski akademi üyeleriyle birlikte Alman Akademisi'ni canlandırmaya çalışmıştır.

Alman Akademisi adı Nazi dönemi nedeniyle çok tehlikeli sayıldığı için Thierfelder, 1951'de Federal Dışişleri Bakanlığı ve Bavyera Devleti ile Münih'te "Goethe Alman Dilinin Bakımı Enstitüsü" nı kurmuş ve bu da 1932'de Alman Akademisi bünyesinde kurulan aynı isimdeki bölümün sahip olduğu geleneğini sürdürmüştür (Michels,2006). Başlangıçta, Goethe Enstitüsü sadece 1952/53'ten itibaren açılan yurt içi ve yurt dışındaki derslerde Alman dilinin tanıtılması ve yabancı Almanca öğretmenlerinin eğitimi ile ilgilenirken, 1950'lerin sonunda, Federal Dışişleri Bakanlığı'nın artan mali desteğiyle yaklaşık 20 yabancı ve on iki yerli enstitü kurmuştur (Michels,2006). Aynı zamanda kuruluşundan itibaren önemli bir yer tutan Goethe Kütüphaneleri de enstitünün stratejisi için oldukça önemli olmuş ve kütüphaneler ile öncelikli olarak öğrencilere Almanya'nın kültürel, sosyal ve politik yaşamı hakkında bilgi vererek kapsamlı bir imajını çizmek hedeflenmiştir (Gutierrez,2015:364).

1951 yılında kurulan ve 1925 yılında kurulmuş olan Alman Akademisi'nin halefi olan bu kuruluş (Gutierrez,2015:364), Alman kültürü ve dilinin yurt dışında yayılması için faaliyet gösteren kurumlar içindeki en büyük aracı kuruluş haline gelmiştir. Kuruluş 2004 yılında Federal Dışişleri Bakanlığı ile iş birliğini sağlayan bir sözleşme de imzalamıştır. Goethe Enstitüsü ve Federal Dışişleri Bakanlığı arasında yapılan temel anlaşmaya göre, enstitünün görevi Alman dili bilgisini geliştirmek, uluslararası kültürel iş birliğinin geliştirilmesi ve kültürel, sosyal ve politik yaşam hakkında bilgi vererek Almanya'nın kapsamlı bir resmini iletmektir (Goethe-Institut,2004). Bu amaçla enstitü yurtdışında ve Almanya'nın çeşitli yerlerinde kültür enstitüleri yürütmektedir. Almanya'nın çok taraflı dış politikasına uygun olarak iyi uluslararası ilişkiler yönetmeye odaklanan enstitü (Goethe-Institut,2018:7) bu görevleri kendi sorumluluğunda yerine getirmektedir (Bundesregierung,2019:200).

Yurtdışında Alman kültürünün ve dilinin yayılması amacını taşıyan Goethe Enstitüsü, Türkiye’de de belirli yerlerde faaliyet göstermektedir. Türkiye’deki resmi internet sitesinde, Türk-Alman kültür çalışmalarında 50 yıllık bir geçmişe sahip olduğu belirtilmekte ve kültürel etkinlikler, dil kursları, Almanya hakkında bilgilendirme servisleri, Türkiye’de Alman dili ve edebiyatı uzmanları ve öğretmenlerine yönelik danışma hizmetleri de dahil olmak üzere yılda en az 250.000 kişiye ulaşıldığı belirtilmektedir.¹²⁷ Şu an için İstanbul, İzmir ve Ankara’da kurumlara sahip olan Goethe Enstitüsü, daha fazla bölgeye ulaşmayı, iş birliği ve etkinlikleriyle Türkiye’nin doğu bölgelerinin batıdaki tartışmaya katılmasını sağlamayı ve özellikle de azınlıklarla diyaloga girmeyi amaçlamaktadır.¹²⁸

Türkiye’de aktif olarak çalışmalarına devam eden enstitü, yıllık olarak Almanca öğretmenleri için toplantılar yapmakta¹²⁹ ve bu toplantılarda kimi zaman Almanca öğretmenlerinin yanı sıra yüksek lisans ve doktora öğrencileri de yer almaktadır.¹³⁰ Toplantılara olan katılımın fazla olması için il dışından gelen öğretmenlere Goethe Enstitüsü tarafından yolluk ödendiği gibi katılım da ücretsiz olarak gerçekleşmektedir.¹³¹ Buna ek olarak *Hürriyet Gazetesi*’nde 21 Haziran 2019 yılında yer alan bir haberde, MEB Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğü ile Goethe Enstitüsü arasında bir iş birliği yapıldığı haberi yer almaktadır.¹³² Bu iş birliği ile Almanca öğretmenlerinin, Türkiye ve Almanya’da mesleki gelişim programlarına alınacakları belirtilmiştir.

Almancayı yurtdışında tanıtmak yabancı kültür ve eğitim politikasının oldukça önemli bir görevidir. Federal Dışişleri Ofisi bu nedenle giderek finansmanını Almanca

¹²⁷ Goethe Enstitüsü, “Hakkımızda: İstanbul”, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/sta/ist/ueb.html> (10.03.2020)

¹²⁸ Goethe Enstitüsü, “Görevler ve Hedefler”, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/ueb/auf.html>, (10.03.2020)

¹²⁹ Goethe Enstitüsü, “İstanbul Almanca Öğretmenleri Toplantısı 2017”, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/unt/ver/tag.html>, (10.03.2020)

¹³⁰ Trakya Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu, “Trakya Üniversitesinde Almanca Öğretmenler Gününe Davet”, <https://ydyo.trakya.edu.tr/news/trakya-universitesinde-almanca-ogretmenler-gunune-davet> (10.03.2020)

¹³¹ Trakya Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu, “Trakya Üniversitesinde Almanca Öğretmenler Gününe Davet”.

¹³² *Hürriyet Gazetesi*, “Mesleki gelişim için Almanya’ya gidecekler”, 21.06.2019, <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/mesleki-gelisim-icin-almanya-gidecekler-41251287> (10.03.2020)

dersine sahip olan okullara odaklanmaktadır (Bundesregierung,2019:144). Almanya, Goethe Enstitüsü'nün "Bildungskooperation Deutsch" (Alman Eğitim İş birliği) kapsamında dünya çapında yaklaşık 95.000 okulu desteklemesi ve diğer 2.000 okulun da ortak okul girişimi PASCH¹³³ tarafından finanse edilmesi ile yurtdışında Almanca dersleri bulunan tüm okulların yaklaşık yüzde doksanına ulaşabilmektedir (Bundesregierung,2019:144). Resmi internet sitesinde Almanca öğrenmenin yalnızca meslek hayatında değil özel hayatta da yaşam kalitesini arttıracak¹³⁴ vurgulayan Goethe Enstitüsü, yalnızca dil öğretmekle kalmamakta aynı zamanda kültürel faaliyetleri düzenleme konusunda da görev almaktadır. Örneğin, Uluslararası Almanca Olimpiyatları düzenleyerek Almancaya olan ilgiyi arttırmayı hedefleyen Federal Almanya, iki yılda bir gerçekleştirdiği bu etkinliği Uluslararası Almanca Öğretmenleri Birliği iş birliğiyle Goethe Enstitüsü tarafından düzenlemektedir.¹³⁵ Türkiye'den de 2020 yazında Dresden'de gerçekleşecek olimpiyatlara Goethe Enstitüsü'nün sağladığı bursla iki öğrenci katılacaktır.¹³⁶ Bu tarz kuruluşlar vatandaşları ve toplulukları destekleyerek dünyaya dil yoluyla erişim sağlamada önemli bir rol oynamakta (Gutierrez,2015:367) ve ülkeleri adına kamu diplomasisini başarılı bir şekilde yürütmektedirler.

Enstitü Almanca dilini yaymak amacının dışında çeşitli kültürel projelere de destek vermektedir. Örneğin, İstanbul Goethe Enstitüsü'nün ve online kültür dergisi Maviblau'nun yönettiği "Biriz Kampanyası" Türkiye ve Almanya arasındaki kültürel ilişkileri tarihsel olarak ele alıp, iki ülkenin ortak bir geçmişe sahip olduklarının belirtildiği bir projedir.¹³⁷ Bu projeyi anlatırken Goethe Enstitüsü, Maviblau adlı İstanbul merkezli bir Türk-Alman online dergisinin de Türkiye ile Almanya arasındaki kültürlerarası iletişime katkı sunduğunu belirtmektedir. Resmi internet sitesinde

¹³³ PASCH (Okullar: Geleceğin Ortakları (Schulen: Partner der Zukunft), Daha fazla bilgi için bkz: Almanya Federal Dışişleri Bakanlığı'nın PASCH-"Okullar – Geleceğin Partnerleri" Girişimi, <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/kultur/-/1797618> (10.03.2020)

¹³⁴ Goethe Enstitüsü, "Neden Almanca Öğrenmeli?:Almanca Öğrenmek İçin 10 Neden" <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/wdl.html> (13.03.2020)

¹³⁵Goethe Enstitüsü, "Uluslararası Almanca Olimpiyatları" <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/unt/ver/ido.html> (13.03.2020)

¹³⁶ Goethe Enstitüsü, "Uluslararası Almanca Olimpiyatları"

¹³⁷ Biz biriz projesi için, bkz: <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/kul/sup/bir.html>, (13.03.2020)

derginin bir grup genç insandan oluştuğunu ve bunların çeşitli nedenlerden dolayı Türk kültürüne yakınlık duyduğu vurgulanmaktadır.¹³⁸

Federal Almanya'nın önemli bir kültürel kuruluşu olan Goethe Enstitüsü'nün dışında Alman vakıf ve dernekleri de Türk kamuoyuna ulaşmada ve Almanya hakkında olumlu bir imaj yaratmada önemli bir yer tutmaktadır. Vakıflar ve sundukları burslar aracılığıyla birçok kişi Almanya'ya gidip orada eğitim alabilmekte ve bunun yanı sıra bu kişilerin Alman kültürü ile yakınlaşmaları da sağlanmaktadır. Bir sonraki bölümde Türkiye'de faaliyet gösteren Alman vakıf ve dernekleri hakkında bilgi verilecektir.

4.2.2. Alman Vakıf ve Dernekleri

Alman vakıfları ve Alman dernekleri buldukları ülkelerde, o ülkede yaşayan Almanlara ulaşmanın yanı sıra, o ülkenin halkına da ulaşmayı hedeflemektedir. Bir kamu diplomasisi aracı olarak da görebileceğimiz bu kurumlar, Almanya'nın yumuşak gücünü oluşturan unsurlardan biridir. Türkiye'de ve 100 ülkede faaliyet gösteren dört büyük Alman vakfı: Friedrich Ebert Vakfı, Konrad-Adenauer Vakfı, Heinrich Böll Vakfı, Friedrich-Naumann Vakfıdır.¹³⁹ Ekonomist yayınladığı bir haberde bu dört kuruluşun dört ayrı Alman siyasi partisinin fikirleri ile örtüşmesi nedeniyle politik vakıf olarak adlandırıldığını ve Friedrich Ebert Vakfı'nın sosyal demokrasi ideallerini, Konrad Adenauer Vakfı'nın Hristiyan Demokrat Partisinin ideallerini, Heinrich Böll'ün Yeşiller Partisi'nin ideallerini ve Friedrich Nauman'ın liberalizm ideallerini yansıttığını belirtmiştir.

Heinrich Böll Derneği, resmi internet sitesinde de belirtildiği üzere, 1994 yılından beri Türkiye'de faaliyet göstermektedir ve Alman Yeşiller Partisi'ne yakın bağımsız ve politik bir sivil toplum kuruluşudur.¹⁴⁰ Vakıf şu anda Brüksel, Fransa, Polonya, Kolombiya, Çek Cumhuriyeti, Türkiye, Yunanistan, Rusya, Gürcistan, Ukrayna, Bosna, Sırbistan, İsrail, Lübnan, Arap Ortadoğu, Tunus, Fas, Kenya,

¹³⁸ Maviblau, "Hakkımızda" <http://www.maviblau.com/16/10/2016/maviblau-hakkinda/> (13.03.2020)

¹³⁹ Ekonomist, "Hedefteki Vakıfların Bütçesi 2.5 Milyon Euro", 23 Ekim 2011, bkz: <http://fes-tuerkei.org/media/pdf/Presseberichte/Artikel%20FES%20in%20Economist.pdf>, (20.03.2020)

¹⁴⁰ Heinrich Böll Stiftung "Heinrich Böll Stiftung Türkiye", <https://tr.boell.org/tr/heinrich-boll-stiftung-dernegi-turkiye-temsilciligi> (20.03.2020)

Nijerya, Senegal, Güney Afrika, Tayland, Myanmar, Kamboçya, Hindistan, Çin, Brezilya, Şili, Meksika, El Salvador ve ABD gibi ülkelerde yurtdışı ofisleri bulundurmakta ve projeler gerçekleştirmektedir (Heinrich Böll,2018:32). Yeşiller Partisi'ne olan yakınlıklarını gizlemeseler de internet sitesindeki açıklamalarında tamamen bağımsız olduklarını yeniden vurgulamışlardır. 2018 yılı yıllık raporunda dernek hedeflerini demokrasiyi teşvik etmek, insan haklarını desteklemek, küresel ekosistemin yıkılmasını önlemek için harekete geçmek, kadınlar ve erkekler arasında eşitliği ilerletmek, kriz bölgelerinde çatışma önleme yoluyla barışı sağlamak olarak belirtilmiştir (Heinrich Böll,2018). Dernek aynı zamanda ekoloji ve sürdürülebilir kalkınma ve küresel ve bölgesel güvenlik politikalarının geliştirilmesine yönelik girişim ve çalışmaları desteklemekte ve teşvik etmektedir.¹⁴¹ Heinrich Böll Vakfı 2017 yılında Federal Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Bakanlığı'ndan yaklaşık 24,5 milyon euro fon alırken (Heinrich Böll,2017), 2018 yılında bakanlıktan alınan fon yaklaşık 28,1 milyon euro olmuştur (Heinrich Böll,2018).

Derneğin İstanbul'daki ofisi özellikle insan haklarının korunmasına odaklanmış, örneğin AB tarafından Türk insan hakları gruplarına ülke çapında destek sağlayacak bir araç oluşturulması için görevlendirilmiştir (Heinrich Böll,2018:19). Aynı zamanda dernek Türkiye'de bulunan Suriyeli çocukların okullarda Türkçe eğitim alması konusunda Almanya'nın iki dilli eğitimdeki deneyimlerine dayanarak okullarda çok dillilik konusunda her iki ülkeden akademisyenler ve uzmanlar arasında görüşmeler de düzenlemektedir (Heinrich Böll,2017:6). Heinrich Böll Vakfı Burs Programı, kendini geleceğe yönelik bir atölye olarak görmektedir ve özellikle yetenekli öğrencilere ve akademisyenlere destek sağlamaktadır (Heinrich Böll,2018:32).

Alexander von Humbolt Vakfı ise, yurtdışındaki ve Almanya'daki bilim adamları ve akademisyenler arasındaki akademik iş birliğini teşvik eden bir kuruluştur. Vakfın finansmanı büyük ölçüde Alman Federal Hükümeti tarafından sağlanmaktadır (Finlayson,2015:92). Vakıf, Alman dış kültürel ve eğitim politikasının bir aracısı gibi hareket etmekte, uluslararası alanda kültürel diyalog ve akademik değişimi teşvik etmektedir.¹⁴² Humboldt Vakfı, genç yabancı akademisyenler tarafından Almanya'ya

¹⁴¹ Heinrich Böll Stiftung "Heinrich Böll Stiftung Türkiye"

¹⁴²Alexander von Humboldt Stiftung "About the Foundation" <https://www.humboldt-foundation.de/web/about-us.html> (25.03.2020)

ziyaretleri finanse ederek kendisini özel bir dış kültür politikası biçimine adanmıştır (Jöns,2003:230). Vakıf tüm bunların yanı sıra burs olanağı da sağlamaktadır. Humboldt Vakfı 2017 yılı faaliyet raporunda, 2017 yılında 337 kişiye araştırmalarına başlamadan önce Goethe Enstitüleri veya Almanya'daki benzer nitelikteki dil enstitülerinde yoğun kurslara katılmaları için 89.000 Euro tutarında ek 217 dil hibesi de vermektedir (Alexander von Humbolt,2018:22).

Resmi internet sitesinde bulunan istatistiğe göre, Humboldt Araştırma Bursları için 2014 yılında Türkiye'den 19 başvurudan 4'ü, 2015 yılında 22 başvurudan 2'si 2016 yılında 26 başvurudan 3'ü, 2017 yılında 34 başvurudan 5'i, 2018 yılında 22 başvurudan 3'ü kabul almıştır.¹⁴³ *Hürriyet* Gazetesi'nin 2017 yılında yayınlanan habere göre Humboldt Vakfı ülkemizde 1953 yılından bugüne dek tüm bilim dallarında yaklaşık 450 Türk bilim insanına araştırma bursu vermiştir.¹⁴⁴ Vakıf aracılığıyla sunulan çeşitli destek programları, Almanya'dan ve yurtdışından araştırmacıların bilimsel araştırma yapmalarını sağlamakta ve bireyin yeteneğinin akademik başarı için çok önemli bir faktör olduğuna inandığı için projelere değil insanlara sponsor olmaktadır (Finlayson,2015:91).

Aynı zamanda bu vakıf ile kişiler ömür boyu bu vakıfla ilişkilerini sürdürmektedirler. Bu konuda Frank-Walter Steinmeier (2014:22) röportajında, küresel ağa bağlı Humboldt Ailesinin birçok üyesini büyük elçi olarak tanımlamakta ve bu durumun Almanya'nın yumuşak gücünü korumaya ve güçlendirmeye önemli katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Bu durum da Almanya'nın 2017, 2018 ve 2019 yılı için yapılan Anholt-Ipsos Ulus Marka Endeksi'nde (NBI) üst üste üçüncü kez birinci olması ile kanıtlanmaktadır.¹⁴⁵

Friedrich-Ebert Vakfı, 1925'te kuruluşundan bu yana sosyal demokraside zengin bir geleneğe sahiptir ve Almanya'daki en eski siyasi vakıftır (Friedrich Ebert Foundation,2018:7). Resmi internet sitesi vakfın görevlerini özgür bir toplumu, canlı

¹⁴³ İstatistiksel veri için bkz: <https://www.humboldt-foundation.de/web/statistics.html>

¹⁴⁴ *Hürriyet* Gazetesi, "Üç Akademisyen Humbolt Bursiyerleri Derneği Yönetim Kurulu'nda", 27.11.2017, <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/uc-akademisyen-humbolt-bursiyerleri-dernegi-yonetim-kurulunda-40659612> (25.03.2020)

¹⁴⁵ 2017 için yapılan endekse ulaşmak için bkz: <https://placebrandobserver.com/anholt-gfk-nation-brands-index-2017-highlights/>, 2018-2019 yılı için endekse ulaşmak için, bkz: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-11/nbi_release_final_november_2019_0.pdf (25.02.2020)

ve güçlü bir demokrasiyi, refah devleti ve Avrupa’da ve dünyada barış ve sosyal ilerlemeden sorumlu bir ülkeyi teşvik etmek olduğunu belirtmektedir.¹⁴⁶ Ankara’da bir irtibat bürosu olduğu gibi İstanbul’da ve Beşiktaş’ta da bir büroya sahip olan vakıf, Türkiye’deki temsilciliği aracılığıyla 29 seneden uzun bir süredir görev yapmaktadır.¹⁴⁷ Türkiye’deki faaliyetlerini atölye çalışmaları, seminerler, sunumlar ve uluslararası konferanslar düzenlemek, deklarasyonlar yayınlamak ve bilimsel araştırmalara destek vermek olarak belirten kuruluş, bunları sadece Ankara ve İstanbul’da değil, Türkiye’nin diğer pek çok küçük ve orta büyüklükteki ilinde ve ilçesinde de gerçekleştirmektedir.¹⁴⁸

Konrad Adenauer Vakfı 1983 yılından beri Türkiye’de faaliyet göstermektedir. Vakıf en önemli hedeflerini şu şekilde özetlemektedir: Demokrasiyi güçlendirmek, AB’yi ilerletmek, ulus ötesi ilişkileri geliştirmek ve iş birliğini arttırmak (Konrad Adenauer,2010:39). Almanya’nın uluslararası sistemde sürekli olarak artan sorumluluğunun üstesinden gelmek için değerlere katkı sağladığını belirten vakıf, 80’in üzerinde temsilcilik bürosu ve 120’den fazla ülkede sahip olduğu projelerle demokrasi, hukuk ve sosyal piyasa ekonomisini teşvik etmektedir.¹⁴⁹ Bu amacın yanı sıra vakıf, Türkiye’deki yerel gazetecilere yönelik eğitim faaliyetleri desteklemekte ve yılda iki kez Türk-Alman Gazetecilik Semineri’ni düzenlemektedir.¹⁵⁰ Vakıf Türkiye’de, Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Almanya’ya göndermeyi planladığı imamlara yönelik eğitim programları da düzenlemektedir (Konrad Adenauer,2010:43). Vakfın 2009 yılı yıllık raporunda özellikle Ortadoğu’daki programa dair çabaların derinleştirildiği ve stratejik olarak genişletildiği belirtilmekte ve ayrıca önemi gün geçtikçe artan bu bölgede güvenlik ve dış politika konularını ele almakla görevli olduğu da belirtilmektedir (Konrad Adenauer,2010:43). Son olarak Friedrich Nauman Vakfı 1991 yılında Ankara’da, 2002 yılında İstanbul’da faaliyete geçmiştir ve akademi, ekonomi ve politika çevrelerinden partnerleri ile çalışmalarını

¹⁴⁶ Friedrich Ebert Stiftung, “Friedrich Ebert Stiftung (FES) – Foundation for Social Democracy!” [https://www.fesdc.org/about/friedrich-ebert-stiftung/\(20.02.2020\)](https://www.fesdc.org/about/friedrich-ebert-stiftung/(20.02.2020))

¹⁴⁷ Friedrich Ebert Stiftung, “Hakkımızda” <http://fes-tuerkei.org/pages/tuerkce/hakkimizda.php>

¹⁴⁸ Friedrich Ebert Stiftung, “Hakkımızda”

¹⁴⁹Konrad Adenauer Stiftung, “Türkiye Temsilciliği:Hakkımızda” [https://www.kas.de/tr/web/tuerkei/hakk-m-zda \(20.02.2020\)](https://www.kas.de/tr/web/tuerkei/hakk-m-zda (20.02.2020))

¹⁵⁰ Konrad Adenauer Stiftung, “Türkiye Temsilciliği:Hakkımızda”

yürütmektedir.¹⁵¹ 60 ülkede siyasi diyalogu sürdüren vakıf, (Friedrich Nauman,2019:83) liberal değerlerin yayılması için çalışmalar yapmakla birlikte Almanya ve Türkiye, ayrıca Türkiye ve komşu ülkeleri arasında da bilgi alışverişine yardımcı olmaktadır.¹⁵²

Ekonomist'in yaptığı haberde bu vakıfların Türkiye'de bazı zamanlarda casus olarak suçlandıkları belirtilmektedir.¹⁵³ Zaman zaman bu tarz suçlamalara maruz kalan Alman vakıfları, bu nedenle halkın gözünde de amacı tam olarak anlaşılamamış kurumlar olarak gözükmektedirler. Ekonomist aynı zamanda bu tarz kuruluşların politik sorunlar hakkındaki araştırmaları desteklemeleri nedeniyle kar amacı gütmeyen düşünce kuruluşları olarak da tanımlanabileceğini belirtmektedir. Habere göre, bu tarz kuruluşlar Türkiye gibi ülkelerde uluslararası alandaki ve yerel alandaki uzmanları bir araya getirmekte ve seminerler ya da konferanslar düzenleyerek birer politik müzakere forumu olarak hareket etmektedirler.¹⁵⁴ Son olarak Almanya'daki diğer özel vakıfların aksine, bu politik vakıfların bütçeleri neredeyse yüzde 100'e varan oranlarda devlet tarafından fonlandığı belirtilmektedir.¹⁵⁵

Bu tarz vakıfların dışında, Brücke (Köprü) Derneği, İstanbul ve Türkiye'de bulunan Almanca konuşan halka hizmet veren bir vakıftır.¹⁵⁶ Derneğin resmi sayfasına girer girmez, Teutonia Kulübü ile birlikte çalıştıklarına dair bir yazı bulunmaktadır. Dernek, çeşitli sebeplerden dolayı Türkiye'de yaşayan ve Almanca konuşan tüm kişiler için bir platform gibi görev yapmaktadır. Kaiser, (2012:116) dernek üyelerinin sayısının (çalışmasını yazdığı yıl itibariyle) 800 civarı olduğunu ve İstanbul ve diğer yerlerdeki Almanların, hepsi üye olmasa bile çoğunun bu derneğin varlığından haberdar olduğunu belirtmektedir. Kendilerini danışman olarak gördüklerini belirttikleri resmi internet sitesinde amaçlarını: çıkar grupları oluşturmak, Almanca konuşan halkı birleştirmek, Türkiye'de ikamet eden yabancılar için ikamet ve iş hukukunu iyileştirmek, kültürlerarası diyalogu sağlamlaştırmak, iki kültürlü eğitimle

¹⁵¹ Friedrich Naumann Stiftung, "Turkey Office" <https://turkiye.fnst.org/> (20.02.2020)

¹⁵² Friedrich Naumann Stiftung, "Türkiye Hakkında", <https://turkiye.fnst.org/content/fnf-turkiye-hakkinda> (20.02.2020)

¹⁵³ Economist, a.g.m. no.139

¹⁵⁴ Economist, a.g.m. no.139

¹⁵⁵ Economist, a.g.m. no.139

¹⁵⁶ Brücke Derneği İstanbul, "Hakkımızda" <http://bruecke-istanbul.com/> (28.03.2020)

alakalı bilgiler vermek ve olanaklar sağlamak ve Alman-Türk lobisinin oluşturulması olarak belirtmektedirler.¹⁵⁷

Kaiser (2012:116), gittikçe artan sayıda Alman vatandaşının Türkiye'ye göç etmeden önce dernekle temasa geçtiğini ve böylece Türkiye'ye nasıl yerleşecekleri konusunda pratik bilgiler edindiklerini belirtmektedir. Dernek tarafından düzenlenen etkinliklerin çoğunun Konsolosluğun himayesinde gerçekleştiğini belirten Kaiser (2012:117), derneğin iki önemli başarısının bulunduğunu vurgulamaktadır. İlki, Eylül 1998 yılında İstanbul'da açılan ve iki dilli bir okul olan Avrupa Koleji'nin (Europa Kolleg) kurulması (Kaiser,2012:117), ikincisi ise, 1993 yılında çifte vatandaşlık konusunda Türkiye'de yaşanan Alman kadınlar hakkında bir dilekçe verilmesidir. Çifte vatandaşlık isteyen Alman kadınlarının bu başvurusu Almanya'da "Yalnızca Müslüman ülkelerde yaşayan kadınlar" için ibaresi ile gerçekleşmiştir (Kaiser,2012:118). Bu ibare dolayısıyla Türkiye'yi kapsamayan bu yasa dernek üyelerinin bu sefer dikkatlerini Türk kanun koyuculara odaklamasına neden olmuştur. Alman milletvekillerine yaptıkları lobi faaliyetlerine paralel olarak dernek, Türk Yabancılar Kanunu'nda da değişikliğe gidilmesi için çalışmalar yapmaktadırlar (Kaiser,2012:118).

Alman Konsolosluğu resmi internet sitesinde Goethe-Enstitüsü, Alman Arkeoloji Enstitüsü , Orient-Institut İstanbul, Alman Okulları, Alman Protestan ve Katolik Kilisesi ve Teutonia Kulübü'nü İstanbul'un başlıca kültür taşıyıcıları olarak belirtmiştir.¹⁵⁸ Orient-Institut İstanbul, "*Türkoloji ve bölgesel araştırmalar konularında faaliyet gösteren bir araştırma enstitüsüdür ve Türk ve uluslararası bilim insanlarıyla yakın iş birliği içinde çok sayıda farklı araştırma alanına yönelik çalışmalar*" yürütmektedir.¹⁵⁹ Bunlara ek olarak yukarıda Nazilerin Türkiye'deki varlığından bahsedilirken anlatılan Teutonia Kulübü ise İstanbul'da hala varlığını sürdürmektedir. İstanbul'da yaşayan Almanların en eski derneği olan Teutonia, Alman veya Almanca konuşulan ülkelere gelerek İstanbul'a yerleşenler tarafından, sosyal

¹⁵⁷ Brücke Derneği İstanbul, "Hakkımızda"

¹⁵⁸ Daha fazla bilgi için, bkz: <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/vertretungen/generalkonsulat-istanbul/04-kultur/1530410> (28.03.2020)

¹⁵⁹ Orient-Institut İstanbul'ın resmi internet sitesi için bkz: <https://www.oiiist.org/tr/institut/> (28.03.2020)

ve kültürel yaşantılarını örgütlemek ve Alman kültürünü muhafaza etmek üzere kurulmuştur.¹⁶⁰

SONUÇ

Alman kamu diplomasisi Almanya hakkındaki basmakalıp fikirler ve önyargıları azaltmak, yurt dışında ülkenin olumlu bir imajını yaratıp Almanya'ya karşı sempati uyandırmak gibi amaçlar edinmektedir (Auer ve Srugies,2013:8). Yabancı halkların özellikle savaş sonrası dönemde kendi Almanya resimlerinin oluşturulması oldukça önemli görülmüş, böylece ülkeye ve Alman araştırma ve öğretimine olan güvenin doğrudan kişisel temaslarla yeniden oluşturulabileceği düşünülmüştür (Jöns,2003:230). Bu nedenle Nazi Almanyası'nın yeni Almanya üzerinde yarattığı olumsuz etki öncelikle bu alan üzerine odaklanılma gereği doğurmuştur. Yabancı ülkelerdeki kamuoyunun Almanya hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde değiştirmek için de kültürün yayılmasının aynı zamanda ülkenin çıkarlarına da olumlu yönde katkı yaptığı bir dış kültür politikasına evrilme görülmektedir. Federal Almanya'nın perspektifinden bakıldığında etkinin daha çok Alman gücünü politik ve kültürel hedeflerine yönelik bir diyalog temeli olarak ilgi ve farkındalık yaratmak için kullandığı görülmektedir (Pamment,2013:17).

Federal Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetleri özellikle kültürel alanda günümüzde de oldukça yoğun bir şekilde devam etmektedir. Alman Dışişleri Bakanlığı'nın ana oyuncu olduğu kamu diplomasisi faaliyetlerinde ağırlıklı olarak ara kurumlar ile faaliyet gösterilmektedir. Fakat bu tarz ara kurumların kamu diplomasisi yürütmekteki yetkisi hala tartışılan bir konudur. Kamu diplomasisi uzmanlarının çoğu hangi devlet dışı aktör faaliyetlerinin kamu diplomasisi faaliyeti olarak sınıflandırılacağını ve yine hangilerinin kamu diplomasisi aktörü olarak görüleceğini açıkça belirtmemektedirler (Ayhan,2018:5).

Alman kamu diplomasisi için sorunlardan bir diğeri ise, devlet dışı kurumlar yoluyla uygulanan faaliyetlerde sivil toplum örgütlerinin bağımsızlıklarını korumak istemeleri, tarihsel nedenlerden dolayı hükümetin bir aracı olarak görünmek istememeleri ve Almanya'nın çoğulcu bir görüntüsünü sunmayı tercih etmeleri

¹⁶⁰ Teutonia Derneği'nin resmi internet sitesi için, bknz: <http://teutonia-istanbul.com/> (28.03.2020)

nedeniyle ortak bir stratejinin olmamasıdır (Auer ve Srugies,2013:28). Aynı zamanda Alman uygulayıcıların “kamu diplomasisi” kavramı hakkında daha önce bu kavram için kullanılan birçok kelime olması nedeniyle bir kavram karmaşasından geçtikleri ve kavramın anlamının onlar için tam olarak net olmadığı da görülmektedir. Oluşan bulanık terminoloji, Alman kamu diplomasisi kavramlarının gelişmekte olan ancak net olmaktan uzak olduğuna işaret etmektedir (Zöllner,2009:262).

Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetleri arasında en önemlilerinden biri olan 2006 FIFA Dünya Kupası da bütün bu hedefleri içinde barındıran bir kampanya oluşturmuştur. Almanya'nın yurtdışındaki imajı kavramı (Deutschlandbild im Ausland), özellikle 2006'daki FIFA Dünya Kupası ışığında ilgi kazanmıştır (Pamment,2013:16). Dünya Kupası ile birlikte yabancı toplumların Almanya'ya olan bakış açılarında olumlu anlamda bir düzelmeye yaşanmış ve bu başarıdan sonra yabancı halkların Almanya üzerindeki algısını olumlu hale getirmek ile gittikçe daha fazla ilgilenilmeye başlanmıştır.

Uluslararası spor müsabakaları kamu diplomasisi faaliyetlerinde yabancı ülkelerin halklarını etkileme konusunda oldukça büyük bir ortam sağlamaktadır. Ancak bu durum kamu diplomasisi kavramının kullanımından çok daha önce de aynı amaç için kullanılmakta, ancak bu denli faaliyetler propaganda faaliyetleri olarak adlandırılırken günümüzdeki benzerleri ise kamu diplomasisi faaliyetleri olarak görülmektedir. Fakat iki dönemde de amacın ortak oluşu, hatta Almanya örneğinde 1936 Berlin Olimpiyat oyunları örneğinde olduğu gibi müsabakaların bir film ile Almanya'nın tanıtımı için bir malzeme haline getirilmesi fikri de ortaktır. Karşı tarafı etkilemek ve olumlu duygular oluşturup bu duyguların sürekliliğinin sağlanması ile uygulanan faaliyetler özellikle 1936 Berlin Olimpiyat Oyunları ve 2006 FIFA Dünya Kupası örneklerine baktığımızda benzerlik göstermektedir. Kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının birbirinden farklı kavramlar olduğunu iddia eden düşünürlerin literatürde ağırlıklı olmasına rağmen, bu iki sportif karşılaşmada da temel olarak aynı amaç hedeflenmiş ve aynı derecede olumlu bir etki yaratılmıştır.

Almanya'nın 2006 FIFA Dünya Kupası'ndaki başarısı kamu diplomasisi çalışmalarına daha fazla ağırlık vermesine neden olmuştur ve ilerleyen yıllarda da bu konuda büyük başarılar sağlanmıştır. Yukarıda da belirtildiği üzere ulus markalaşması konusunda yapılan anketlerde 2017-2018 ve 2019 yıllarında üst üste birinci sırada yer

alan Almanya'nın bu konudaki çalışmalarının başarıya ulaştığı görülmektedir. Bu endekslere ek olarak Almanya, Jonathan McClory'nin 2019 yılı "Yumuşak Güç Sıralaması" endeksinde 78,62 sıralama ile üçüncü sırada yer almakta (The Soft Power 30,2019:9) ve endekse göre, dış politika tarafından değerlendirildiğinde en güvenilir ve beğenilen ülkeler arasında olması kamu sektörü performansı, devletin hesap verebilirliği, devlete olan yüksek düzeydeki kamuoyu güveni, bireysel özgürlükler ve haklar, insani gelişme gibi faktörler tarafından oluşmakta ve artmaktadır (The Soft Power 30,2019:43-44). Bunun yanı sıra "Made in Germany" sloganı da Almanya'nın yumuşak gücüne büyük katkıda bulunmaktadır. Almanya sahip olduğu kaliteli üretim ve yüksek mühendislik becerileri ile otomotiv ve makine endüstrilerinde küresel lider olmaya devam etmektedir (The Soft Power 30,2019:44).

Almanya'nın akademik ve araştırma alanlarında dünya çapında oldukça büyük bir üne sahip olması beraberinde Almanya'nın imajına olumlu yönde önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Kültür ve dilin uzun vadede siyasi nüfus sağlamak adına elverişli bir ortam yaratmanın araçları olması (Pamment,2013:25) da bu alanda uygulanan kamu diplomasisi faaliyetlerinin önem kazanmasına neden olmaktadır. Bu amaç için faaliyet gösteren Goethe Enstitüsü Türkiye'de oldukça faal bir durumdadır. Enstitü özellikle 2004 yılında Federal Almanya Dışişleri Bakanlığı ile iş birliği antlaşması imzalamasıyla faaliyetlerini daha da yoğunlaştırmıştır.

Almanya Türkiye'de yalnızca dil öğretimi değil aynı zamanda kültürel faaliyetleri de organize eden ve ülkenin yurtdışındaki en önemli kültürel kurumu olan Goethe Enstitüsü başta olmak üzere, dernekler ve vakıflarla da kamu diplomasisi faaliyetleri göstermektedir. Türkiye'deki dört büyük Alman vakfı kendilerini politik vakıflar olarak tanımlamaktadır ve Almanya'daki dört siyasi partinin ideolojilerine sahiptirler. Bu vakıflar Türkiye'de konferanslar ve seminerler düzenlemekte aynı zamanda Türkiye'deki öğrencilere ve akademik personellere burs olanağı sağlamaktadırlar. Türkiye'de bulunan Alman dernekleri ise Türkiye'de yaşayan Almanların buluşma platformu olarak görev yapmaktadır. Türkiye ve Almanya arasındaki kültürel diyalogun geliştirilmesi için çalışmalar yapan bu dernekler zaman zaman lobicilik faaliyetinde de bulunmaktadırlar. Aynı zamanda Konrad Adenauer gibi vakıflar Türkiye'deki yerel gazetecilere yönelik eğitim faaliyetlerini desteklemekte ve Türk-Alman Gazetecilik Semineri'ni düzenlemektedir. Fakat

literatürde kültürel, siyasi parti ve bilimsel vakıflar, okullar, üniversiteler ile Türkiye’de yoğun bir şekilde faaliyet gösteren Almanya’nın hedeflerinin, Türkiye’de 25 bin Almanın yaşadığı göz önüne alındığında Türk kamuoyunu hedef aldığını belirten çalışmalar da mevcuttur (Alboğa,2020:7).

Bu noktada Cull’ın (2010:12) kamu diplomasisini propagandadan ayırt eden beş adet uygulama olarak gösterdiği dinleme, savunuculuk, kültürel diplomasi, değişim ve uluslararası yayıncılığın Alman kamu diplomasisi faaliyetlerindeki örneklere uyduğu kadar Nazi Almanyası’nın propaganda faaliyetlerinde de bulunabileceği görülmektedir. Örneğin, literatür incelendiğinde diyalog (dinleme) kavramının yalnızca Federal Almanya tarafından değil, aynı zamanda otoriter bir devlet olan Nazi Almanyası tarafından da kullanıldığı görülmektedir. Herf’in (2009:153) de çalışmasında bahsettiği gibi, dönem içerisinde Berlin’de bir İslam Enstitüsü kurulmuştur. Türkiye ile olan ilişkilerde de Berlin-Türk Talebe Birliği, Türkiye ve Almanya arasındaki turizmi geliştirmek amacıyla 3 Mart 1934 yılında Türk-Alman Turizm Komitesi ve 1912 yılında kurulan ve dönem içinde de faaliyet gösteren Türk Alman Dostluk Derneği iki ülke arasındaki iş birliğinin kurulmasını amaçlamıştır.

Diyaloğun dışında uluslararası yayıncılık ve değişim ile yani bir aktörün vatandaşını yurtdışına gönderip, yurtdışındaki vatandaşları da kendi ülkesine bir çalışma veya eğitim süresi boyunca kabul etmesi de Alman kamu diplomasisinde görüldüğü gibi Nazi Almanyası’nda da görülmektedir. Örneğin, Türk öğrenciler Almanya’ya okumaya gönderildiği gibi, Alman profesörler ve subaylar da Türkiye’ye çalışmaya gönderilmiştir. Cull bu durumun, tek yönlü bir iletişim biçimi olarak algılanmaması için karşılıklılığın esas olduğunu belirtmektedir. Fakat iki tarafın da faydalandığı bir öğrenme sürecinin ne oranda sağlandığı belirsizliğini korumaktadır. Aynı zamanda literatürde, bu tarz değişim programlarının birçoğunun bütün bir yaşam tarzını yaymayı amaçlayan sosyolojik propaganda sınıfına girdiğine dair görüşler de mevcuttur. Bunun yanı sıra elçilikler ve ara kurumlar ile yapılan savunuculuk faaliyetleri ve Nazi Almanyası tarafından dönemin en önemli kitle iletişim aracı olarak görülen radyo ile yabancı halklarla iletişim kurmak için uluslararası yayıncılık faaliyetleri de kullanılmıştır.

Yeni kamu diplomasisinin en önemli özelliği olan ve eski kamu diplomasisinin propagandaya benzer olarak görülmesinin önüne geçilmesi için ortaya atılan diyalog

anlayışı günümüzde de hala Alman kamu diplomasisi faaliyetlerinde tartışılan bir konudur. Pamment (2013:27), Alman kamu diplomasisinin daha fazla ekonomik ve politik fayda sağlamak için ekonomik bir avantajı kültürel bir avantaja dönüştürmek üzere kurulduğunu ve bu sürecin kültürel bir iletişim olarak meşrulaştırılarak kişisel çıkarların iyi huylu, işbirlikçi ve iyilik için formüle edildiğini belirtmektedir. Zöllner (2009:267) ise, kültürler ve ulusların gerçekten simetrik ve dolayısıyla potansiyel olarak riskli bir diyalog için hala uzun bir yolu olduğunu ve Alman kamu diplomasisinin, tüm parlak ambalajlarına ve kültürlerarası diyaloga yaptığı vurgusuna rağmen, Almanya'nın olumlu bir imajını satmak ve ülkenin ekonomik, bilimsel ve kültürel kaynaklarını tanıtmakla ilgili olduğunu savunmaktadır. Pamment (2013:27) de benzer şekilde, ortaklık anlayışının Alman liderliğini izleyen bir ülkeyi ifade edip etmediğinin ya da Almanya'nın diyalog sonucunda politikalarını değiştirmeye hazır olup olmadığının belirsiz olduğunu vurgulamıştır.

Berridge'in (2015:200) diyalog anlayışını, "*yabancı toplumların isteklerini dinlemek bir şeydir, söylediklerine eşit ağırlık vermek başka bir şeydir*" diyerek eleştirmesi de bu anlayışı takip eden ülkelerin faaliyetlerinin ne derece diyalog anlayışına göre hareket ettiğini sorgulatmaktadır. Almanya ve Türkiye örneğinde, Türkiye'de çok sayıda olan Alman okullarına nazaran günümüzde iki ülke arasındaki büyük tartışmalardan biri Almanya'da Türk okulları açma düşüncesidir. Almanya'da Türk okulu açma düşüncesine gelen orantısız ve yanlı tepkiler Türk-Alman ilişkilerindeki asimetrik ilişkiyi bir kez daha belirginleştirmektedir (Alboğa,2020:7). Bu durum hakkında Zöllner (2006:175), Federal Almanya'nın her ne kadar iki yönlü bir iletişim kurma çabaları içine girse de politik ve kültürel durumlarından dolayı gerçek bir diyaloga girmekte zorlandığını belirterek Almanya'nın diyalog anlayışına dayandığını iddia eden kamu diplomasisi faaliyetleri hakkında bir soru işareti oluşturmaktadır. Aynı zamanda Almanya'nın diyalog anlayışını stratejik bir faaliyet olarak gördüğüne dair görüşler de mevcuttur. Örneğin, Pamment (2013:26), Almanya'nın tarihi nedenlerle kültürlerarası arabulucu olarak daima riskli olarak görülmesi ve bu nedenle, İslam dünyası ile diyalog kurarak aracılık etme önerisinin Alman dış politikasının kendisini Ortadoğu'da tarafsız bir oyuncu olarak sunmasına izin veren bir çıkış yolu olduğunu iddia etmektedir.

Aynı zamanda Türkiye ve Almanya arasında kurulan Türk-Alman Gençlik Köprüsü'nün Danışma Kurulu Başkanı Emekli Büyükelçi Klaus Scharioth (Alman Dışişleri Bakanlığı Eski Müsteşarı ve Washington Büyükelçisi) ile yapılan bir röportajda bugünün öğrencileri ve gençlerinin yarının karar vericileri olduğunu ve bu nedenle gençlik değişim programlarını stratejik bir öneme sahip olduğunu belirtmiştir.¹⁶¹ Bu duruma bir diğer örnek ise “Made in Germany” sloganının da stratejik bir amaç olarak kullanılmasıdır. Deutsche Welle'nin 2012 yılında “Made in Germany” sloganının 125. yaşına girmesine dair yaptığı haberde bu sloganın İngilizler tarafından kendi mallarının taklit edilmesini önlemek adına özellikle Alman mallarına karşı kullandıkları bir terim olduğu belirtilmektedir.¹⁶² Bu bağlamda İngilizlerin kendi mallarını Alman mallarından ayırt edilmesi için buldukları slogan olan “Made in Germany” sloganı zamanla Almanların en büyük pazarlama ve reklam araçlarından biri haline gelmiştir.

Bu durum propagandacının propaganda yaptığının farkında olmadığı, ancak daha sonra hamlesinin direkt propaganda için zemin hazırladığı anlayışına dayanan sosyolojik propaganda için büyük örnek teşkil etmektedir. Zamanla sosyolojik propagandaya benzer şekilde etkilerin görülmesi ile slogan insanlar için “Alman malı olan her şeyin dayanıklı olduğu” ve “Alman malı olmayan şeylerin dayanıksız olduğu” düşünceleriyle bir iyilik, kötülük ölçütüne dönüşmüştür. Bu durumun sonunda Alman ekonomisinin bu slogan ile birlikte ilk önce propagandacının niyeti olmadan ancak daha sonra kasıtlı bir eylem haline getirilerek pazarlama kampanyaları gerçekleştirdiği görülmektedir.

Nazi Almanyası da Federal Almanya gibi Türkiye özelinde kültürel alanda uygulanan propaganda faaliyetlerinde Alman dilinin yaygınlaşması, Almanya'ya karşı olumlu duyguların oluşması gibi amaçlar edinmiştir. Burada asıl hedefin Alman kültürünün bir cazibe unsuru olarak başka ülkelere sokulmasının amaç edinilmesi ve kişilerin zihinlerindeki Alman imajının olumlu yönde şekillendirilmesi anlayışı iki kavram için de benzerdir. Ancak bu durum iki dönemin birbirleri ile benzer olmasıyla alakalı değil, iki kavramın birbirlerine benzer kavramlar olmasından

¹⁶¹Deutsch-Türkische Jugendbrücke, “Buluşturuyoruz”, ss.14 (25.03.2020)

¹⁶² Deutsche Welle, 'Made in Germany' 125 yaşında, no. 107.

kaynaklanmaktadır. Burada asıl tartışılması gereken ilk nokta ise demokratik devletler kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunabilirken, otoriter ülkelerin yalnızca propaganda yaptıklarına dair olan anlayıştır. Fakat literatür taraması sonucunda demokratik devletlerin otoriter devletlerden daha fazla propandaya ihtiyaç duydukları ve otoriter devletlerin de yabancı halklarla iletişim kurmak zorunda oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu anlamda bakıldığında zaman demokratik devletlerin açıkça belli olacak ve kısa vadeli sonuçlar yaratacak siyasi propandanın yerine uzun vadeli sonuç oluşturan ve hemen belli olmayan sosyolojik propandaya yöneldikleri görülmektedir.

Özellikle Nazi Almanyası'nın Türkiye'deki faaliyetleri ve Federal Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetleri üzerinden bakıldığında, aynı amaca sahip olan aracı kuruluşların iki dönemde de önemli oldukları görülmektedir. Ancak Nazi döneminde faaliyet gösteren kuruluşların propaganda faaliyetini, günümüzde ise Alman aracı kuruluşlarının kamu diplomasisini gerçekleştirdiği söylenmektedir. Fakat iki dönem içerisindeki faaliyetlerde bir benzerlik görülmekte, örneğin Konrad-Adenaur Vakfı tarafından gerçekleştirilen Türk-Alman Gazetecilik semineri kamu diplomasisi faaliyeti iken, Nazi Almanyası döneminde Türk gazetecilerin Almanya'ya yaptıkları gezi propaganda faaliyeti olarak sunulmaktadır. Bir başka örnek ise Nazi Almanyası'nın büyük propaganda kurumlarından biri olan Alman Akademisi'nin Türkiye'deki faaliyetlerinde okullarda Almanca dersinin eklenmesini sağlamak ve halkı yeni Almanya hakkında bilgilendirmek için yaptığı çalışmalar Goethe Enstitüsü'nün faaliyetleri ile benzerlik göstermektedir. Bu tarz bir faaliyet propaganda olarak görülmekte ve diyalog anlayışının bulunmadığı iddia edilmektedir. Fakat Almanca öğretmenlerinin, Türkiye ve Almanya'da mesleki gelişim programlarına alınmalarına dair Goethe'nin MEB ile antlaşma yapması da bu örnek üzerinde herhangi bir diyalog anlayışının olup olmadığını sorgulatmaktadır.

2006 FIFA Dünya Kupası sırasında Alman halkının Alman bayrağı ile adeta yeniden barışması Almanya'da bir öz bilinç oluşturmuş ve bu durum beraberinde milliyetçilik tartışmalarının oluşmasına neden olmuştur. Bu örnek üzerinden bile Nazi imajının yeniden yaratılmasına dair bir çekince bulunduğu görülmekte ancak uygulanan faaliyetler özü itibarıyla benzerlik gösterse de Federal Almanya bu durumu modern propandanın gereklerine uydurmaktadır. Nazi döneminde uygulanan ve

açıkça belli olan siyasi propagandanın aksine beyaz ve sosyolojik propaganda faaliyetlerinde bulunduğu görülen Federal Almanya, kitleler ile iletişimi Nazi döneminin aksine daha az agresif yöntemler ile uygulamaktadır. Bir sonraki bölüm olan karşılaştırmalı analiz bölümünde, literatür taraması ve ampirik bölümler ışığında bu konu hakkında daha detaylı bilgi verilecektir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ

GİRİŞ

Propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki tartışmalar literatürde büyük yer tutmaktadır. Bu iki kavram arasındaki ilişkinin aydınlatılması, devletlerin yabancı halklar ile olan iletişiminde takındıkları rolü göstermek açısından büyük bir önem teşkil etmektedir.

Bu ilişkiyi daha net bir şekilde açıklamak üzere tezin bu bölümü Nazi Almanyası'nın 1933-1945 yılları arasında ve Federal Almanya'nın 2017-2020 yılları arasında Türkiye'deki faaliyetlerinin karşılaştırmalı bir analizini sunmaktadır.

Bu amaç ile bu bölümün ilk kısmında literatürün sunduğu bilgiler ile propaganda ve kamu diplomasisi anlayışları Nazi Almanyası'nın ve Federal Almanya'nın Türkiye'deki faaliyetleri üzerinden karşılaştırılacaktır. Daha sonraki bölümde ise iki vaka faaliyetleri Nicholas Cull'ın kamu diplomasisi ve propaganda ayırımında kullandığı beş temel kamu diplomasisi faaliyetine uyarlanacaktır.

5.1. İki Vakanın İki Kavram Üzerinden Analizi

Yapılan literatür taraması sonucunda, Tablo 1'de de görüldüğü üzere, iki kavramın birbirinden farklı kavramlar olduğunu iddia eden çalışmalarda temel argümanlardan ilki, propagandanın yalan bilgiden oluşan ve tamamen karşı tarafı stratejik bir amaçla etki altına almaya yönelik ikna faaliyetleri olduğudur. Bu tür faaliyetler gerçekleştirildiğinde yalnızca tek bir tarafın isteklerinin dikkate alındığını belirten bilim insanları, monolog iletişim sonucunda iki tarafın da kazanamadığı bir durumun ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu durum kamu diplomasisi kavramında ise tersine işlemektedir. Literatüre göre, kamu diplomasisi diyalog üzerine kurulu ve iki tarafın da isteklerinin dinlendiği bir iletişim şeklidir (Melissen,2007; Cull,2003,

Nye,2019; Misyuk,2013 vb.). Bu durumda iki tarafın da birbirlerini etkileyerek kazandıkları bir süreç söz konusudur. Yalan bilgiden ziyade doğru bilginin yayıldığı bir iletişim şekli olan kamu diplomasisi güvenilirlik üzerine kurulu olduğu için, yalan bilgi ülkelerin güvenirliliğini azaltmakta ve bu da yumuşak güçlerine olumsuz anlamda etki ederek kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmaktadır.

Kamu diplomasisinin demokratik devletlerin bir faaliyeti olması da başka bir argümandır. Uzun vadeli ilişkiler kurmak amaçlanırken, kamu diplomasisi yürüten yapının çekiciliğini artırması için bu konuda faaliyetler yürütmesi gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. Uzun vadeli ilişkiler sağlamak asıl amaç iken propagandada bu durum kısa vadeli olarak görülmektedir. Çünkü uzun vadeli sürdürülen propaganda faaliyetlerinde kişilerin propaganda mesajlarını çözmek için zamanlarının olduğu ve böylece propagandanın farkına varacakları da vurgulanmıştır.

Tablo.1: İki kavramın birbirinden farklı olduğunu iddia eden çalışmaların argümanları

PROPAGANDA	KAMU DİPLOMASİSİ
<ul style="list-style-type: none"> • Yalan bilgi ile eşdeğer • İkna etmek üzerine kurulu + etki (stratejik amaç) <ul style="list-style-type: none"> • Monolog iletişim • Otoriter devletlerin argümanı <ul style="list-style-type: none"> • Kasıtlı bir iletişim şekli • Kısa vadeli ilişkiler kurar, çünkü mesajı alanlar zamanla propaganda yapıldığının farkına varır 	<ul style="list-style-type: none"> • Doğru bilgi yayar • İkna etmek + anlayış kazandırma (insanların ne söylediğini de dinler) <ul style="list-style-type: none"> • Diyalog iletişim • Demokratik devletlerin argümanı • İnsanlar mesajı almakta “özgür” • Uzun vadeli ilişkiler kurmak amaçlanır

Literatürde özellikle yumuşak güce sahip olamayan devletlerin kamu diplomasisi üretemeyecekleri anlayışı üzerinden, otoriter devletlerin yurt dışında meşru bir otoriteye sahip olamayacakları için kamu diplomasisi üretemeyecekleri anlayışı mevcuttur. Çünkü yumuşak güç kavramına göre bir devletin yumuşak gücü üç kaynaktan gelmektedir ve bu kaynaklar içerisinde en önemlilerinden biri ise siyasi yapısının meşru yani demokratik olmasıdır. Aynı zamanda kendi ülkeleri adına bir

anlayış kazandırmak üzerine uygulanan kamu diplomasisi faaliyetlerinde mesajı alan kişilerin özgür olduğu ve mesajı almayı reddetme haklarının da bulunduğu belirtilmektedir. Bu durumda yalnızca demokratik devletler tarafından gerçekleştirilen kamu diplomasisi faaliyetleri yabancı halklar üzerinde bir anlayış oluşturmak amacı ile doğru bilgi yayan, diyalog anlayışına önem veren ve uzun vadeli ilişkiler kurmak amacını taşıyan faaliyetlerdir.

Literatürde iki kavramın birbirleri ile benzer kavramlar olduğunu iddia eden çalışmaların ilk odaklandığı konu ise Tablo 2’de de belirtildiği üzere tanım sorunudur. İki kavramın tanımlarının net bir şekilde yapılamaması tanımların çeşitliliğini artırmakta, bu durum da birine göre kamu diplomasisi olan faaliyetin bir başkasına göre propaganda faaliyeti olarak adlandırılmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda tanımların net bir şekilde ortaya konulamamasının nedeni olarak bu iki kavramın zaten aynı faaliyetler için kullanılan kavramlar olduğu, propagandanın Nazi Almanyası nedeniyle kötü bir çağrışım yarattığı, bu nedenle de kitleler ile iletişimde yeni bir kavram arayışına gidildiği savunulmaktadır. Bu nedenle literatürde kamu diplomasisi kavramının, doğru bilginin halkları etki altına almak üzere kullanıldığı beyaz propaganda faaliyeti olduğuna dair görüşler mevcuttur.

Propaganda yapıcının kendisini gizleme ihtiyacı duymadığı bu propaganda türünde, herhangi bir Propaganda Bakanlığı’nın ya da benzeri bir yapının bulunması gibi örnekler Ellul (1973:15) tarafından beyaz propaganda yapıldığına dair bir kanıt oluşturmaktadır. Bu düşünceye ek olarak beyaz propagandada asıl hedef, mesajın gönderildiği kitle ile propagandacı arasında gelecekte yararlı olabilecek herhangi bir olay için güvenilirliğin sağlanmasıdır (Jowett ve O’Donnell,2012:17). Bu literatür, kamu diplomasisi ve propagandanın propagandacı iletişim tarzı gösterdiği durumların varlığını ve iki kavramın da temelinde ikna edici ve manipülatif unsurlar içerdiğini savunmaktadır.

İki kavramın birbirlerine benzer kavramlar olduğunu belirten literatürün en önemli argümanlarından bir diğeri ise, yabancı halklarla olan iletişimin yeni bir konu olmamasıdır. Literatür iki kavramın da ortak noktasının amaçları olduğunu belirtmekte ve bu amacı, çıkarlarına ulaşmak için başkalarının düşüncelerini, algılarını, inançlarını, fikirlerini ve değerlerini etkilemek olarak görmektedir. Literatürde iki kavramın genel geçer bir tanımı bulunmasa da süre gelen tanımlarda birçok kamu

diplomasisi faaliyetinin propaganda faaliyeti olduğu ve zaten tanım gereği aynı faaliyetlerin geçmiş dönemlerde propaganda olarak adlandırıldıklarını belirtmektedir. Bu durum tarihsel örneklerle de gösterildiği üzere kamu diplomasisi kavramı kullanılmadan çok daha önce devletler tarafından kullanılmıştır.

Tablo.2: İki kavramın birbirlerine benzer olduğunu iddia eden çalışmaların argümanları

TANIM				ÜÇ İLETİŞİM KATMANI
KAVRAMLAR	AMAÇ	ARAÇ	YÖNTEM	İLETİŞİM ŞEKLİ
KAMU DİPLOMASİSİ	Etkilemek + Olumlu bir imaj yaratmak	Bakanlık + Devletin desteklediği kurumlar	Daha az agresif /Stratejik propagandacı iletişim yöntemi + Gerçek bilgi	Monolog + diyalog + iş birliği (diyalog anlayışı sorgulanmakta) + Çağın gereklerine uydurulmuş
PROPAGANDA	Etkilemek + Olumlu bir imaj yaratmak	Devlet / varsa Bakanlık + Devletin desteklediği kurumlar	Agresif/Stratejik propagandacı iletişim yöntemi + Gerçek/yarı gerçek/sınırlı gerçek	Monolog (Fakat tezde sunulan ampirik veriler sonrası diyalog + iş birliği de görülmekte)

Propagandacıların faaliyetleri arasında yer alan ve literatür kısmında da belirtildiği üzere, propagandacı karşı tarafı kendi işlemek üzere olduğu faaliyeti işlemek ile suçlamalı ve niyetinin dostça olduğu konusunda da ısrarcı olmalıdır. Böylece demokratik devletlerin bir argümanı olarak sunulan kamu diplomasisi faaliyetlerinin, “biz kamu diplomasisi yaparken, siz propaganda yaparsınız” anlayışı ile otoriter devletlerin yabancı halklarla olan iletişiminde bir engel olarak sunulduğu da literatürde görülmektedir. Fakat bunun aksine demokratik devletlerin olduğu kadar otoriter devletlerin de yabancı halklarla iletişime girmek için çaba sarf etmelerinin yanı sıra, demokratik devletlerin otoriter devletlerden daha fazla propagandaya ihtiyaç duydukları da belirtilmektedir.

Propaganda her ne kadar devlet eliyle gerçekleştirilse de kültürel kurumlar aracılığıyla daha fazla bölgeye amacını net olarak göstermeden de yayılmaktadır. Aynı zamanda çoğunlukla kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilen kamu diplomasisi faaliyetleri literatürde sorgulanmaktadır. Bu tarz kuruluşların kamu diplomasisindeki yeri net olarak tanımlanamazken literatür, yabancı halklar üzerinde daha fazla güvenilirliklerinin bulunmasının yanı sıra, diplomatlara nazaran bu tarz oluşumların karşı taraf ile ilişki kurmanın daha doğal yollarını bulmaları nedeniyle amaçlarından daha az şüphe uyandırdıklarını belirtmektedir.

Nye tarafından ortaya atılan yumuşak güç anlayışı, aslında çok daha önce Carr tarafından belirtilmiş ve devletlerin sert güç yerine bir çekicilik yaratarak istediklerini elde etme yeteneğine vurgu yapılmıştır. Fakat literatürde sorunlu bulunan bu kavram hakkında, devletlerin yumuşak güç ile başka bir ülke üzerinde etkileri ölçülemediği gibi, başka bir ülke ile diyaloga sadece kazanmak amacıyla giren bir ülkenin de çekici değil itici olduğu eleştirileri yapılmaktadır. Aynı zamanda Nye (2019), etkili bir propaganda faaliyetinin propaganda yapmak değil diyalog oluşturmak olduğunu belirtmekte, bu durum da diyalog anlayışına yüklenen propaganda misyonunu göstermektedir. Nye'in argümanından, diyaloga giren bir ülkenin en önemli amacının propaganda yapmak olduğu anlaşılmaktadır. Bir diyaloga girerken yalnızca kendi yararını düşünmek propagandanın tek taraflı çıkar odağına da uymaktadır.

İki kavramın birbirinden farklı olduğunu iddia eden çalışmaların kamu diplomasisini özellikle iki tarafın da kazandığı bir iletişim şekli olarak sunduğu görülmektedir. Diyalog anlayışına göre sürdürüldüğü iddia edilen kamu diplomasisi faaliyetlerinde diyalogun ne denli gerçekleştirildiği, ülkelerin buna ne oranda hazır oldukları, ülkeleri dinlemenin değil asıl önemli olanın söylediklerine eşit ağırlık vermek olduğu düşüncesi ile sorgulanmaktadır. Yeni kamu diplomasisi ile yalnızca hükümet tarafının değil aynı zamanda karşı tarafın da görüşlerinin dikkate alınması ve kültürel ilişkilerde de mesaj satmaktan ziyade yabancı izleyicilerle iletişim kurmak ve uzun vadeli ilişkiler kurup, kalpleri ve zihinleri kazanmak amaçlanmıştır. Fakat Melissen ile kamu diplomasisini yeniden tanımlamak adına ortaya atılan bu yeni kavram, literatürde eski kamu diplomasisinin ahlaki açıdan sorgulanması gerektiği sonucunu doğurmuştur.

Bu yeni tanımlama ile birlikte eski kamu diplomasisinin yabancı halklarla olan iletişimde diyalog anlayışına göre değil de monolog anlayışına göre hareket ettiği ve kısa vadeli sonuçlar elde etmek amaçlı olup tamamen mesaj satmaya odaklandığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, kamu diplomasisinin “eski” ve “yeni” olarak ayrıştırılmasının temelinde kamu diplomasisini propagandadan ayrıştırma ihtiyacının yattığı söylenebilir. “Yeni” kamu diplomasisi kavramının yaratılmasıyla, aslında o zamana kadar kullanılan kamu diplomasisi kavramının propaganda ile eşdeğer olduğu üstü kapalı olarak kabul edilmiştir.

Eski kamu diplomasisinin propaganda teorisine göre hareket ettiği fikrini oluşturan bu yeni tanımla birlikte kamu diplomasisi daha fazla sorgulanan bir alan haline gelmiştir. Cull (2009b:14) da bu görüşe benzer şekilde eski kamu diplomasisinde yaklaşım kaynağının propaganda teorisine göre ilerlediğini, yeni kamu diplomasisinde ise yaklaşım kaynağının ağ (network) teorisine göre ilerlediğini savunmaktadır. Fakat devletler tarafından oluşturulmaya çalışılan diyalog anlayışının ne denli etkin gerçekleştirildiği, devletlerin bu iletişim şekline hazır olup olmadığı ve kararlarında ne kadar bu anlayışa göre hareket ettiklerinin ölçüldüğü bir çalışma mevcut değildir. Melissen’in yeni kamu diplomasisi yaklaşımı çok çeşitli aktörler ve tedbirler içerdiği için eleştirmenler tarafından hatalı bulunmaktadır (Kersaint,2013:22). Literatürün genel olarak bu şekilde ele aldığı iki kavram hala tartışma yaratmaktadır.

Yapılan literatür taraması sonucunda kamu diplomasisi ve sosyolojik propaganda arasında bir bağ kuran çalışmaların bulunmadığı gözlemlenmektedir. Ellul tarafından ortaya atılan sosyolojik propaganda kavramı günümüz kamu diplomasisi reklam ve pazarlama kampanyalarına oldukça uyan, uzun vadeli ilişkiler kurmayı amaçlayan ve siyasi propagandanın aksine hemen fark edilmeyen faaliyetlerdir. Bütün bir hayat tarzının yayılmaya çalışıldığı sosyolojik propaganda faaliyetlerinde, ideolojinin toplumun politik ya da ekonomik bir yapıyı kabul etmesi ya da eyleme geçmesi için uygulanan siyasi propagandadan farklı bir yapı bulunmaktadır. Ellul (1973:63) sosyolojik propaganda ile artık mevcut ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin giderek ideolojinin kitlelere yayılması için zemin hazırladığını belirtmektedir. İçinde çok farklı çeşitleri barındıran sosyolojik propagandaya özellikle bir yaşam tarzını yayma amacını taşıyan reklam kampanyaları da dahil edilmektedir

(Ellul,1973:63). Kişiler bu tarz faaliyetleri propaganda olarak adlandırmaya da toplumda oluşturduğu etki propaganda ile aynıdır.

Ellul'ün sosyolojik propaganda tanımına ve açıklamasına göre kamu diplomasisi faaliyetlerinde, reklamcılık ve ulus markalaşması gibi kavramlar kitlelerin zihinlerinde “iyi ve kötü” anlayışını bıraktığı ve bir yaşam tarzını yaymayı amaçladığı ölçüde bu tanıma uymaktadır. Örneğin, herhangi bir ülkenin kitlelerin gözünde dayanıklı mallar ürettiği olarak görülmesi, “o ülkeye ait olan malların dayanıklı olduğu” ve “o ülkeye ait olmayan malların dayanıksız olduğu” gibi bir mit oluşturmaktadır. Bu durum ise sosyolojik propogandanın direkt olarak propogandaya dönüşümüne neden olmakta ve kitleler bu düşünce ile dayanıklı malları üreten ülkelerin ürünlerini daha fazla satın almaktadırlar. Bu açıdan kamu diplomasisi faaliyetlerine uyarlayabileceğimiz bu kavram kamu diplomasisi çalışmalarında hiç kullanılmamıştır.

Literatüre göre propoganda ve kamu diplomasisi kavramlarını incelerken en ayırt edici özellik diyalog anlayışının var olup olmadığıdır. Fakat kamu diplomasisinin en ayırt edici özelliği olarak gösterilen diyalog anlayışının Federal Almanya tarafından tam anlamıyla gerçekleştirilmediğine dair literatürde eleştiriler bulunmaktadır. Federal Almanya'nın diyalog anlayışı ile politikalarını ne ölçüde değiştirdiği ya da diyalog anlayışına uygun olarak karşı tarafın da dinlenilip söylediklerine eşit ağırlık verilmesi durumunun gerçekleşip gerçekleşmediği belirsizdir. Buna nazaran Nazi Almanyası'nda ise tam anlamıyla olmasa da diyalog anlayışına benzer faaliyetlerin gerçekleştirildiği de görülmektedir.

Federal Almanya'nın kültürel diplomasi alanındaki çalışmaları oldukça baskındır. 2006 FIFA Dünya Kupası ile birlikte kültürel diplomasi için büyük bir ortam yakalayan Federal Almanya, Nazi Almanyası'nın 1936 yılında elde ettiği avantajı tekrarlamıştır. Bu nedenle iki dönem arasında benzerlik kurulabilecek en önemli faaliyet 1936 Berlin Olimpiyat Oyunları ve 2006 FIFA Dünya Kupası örnekleri olmuştur. 1936 Berlin Olimpiyat oyunları literatürde Nazi Almanyası için çok büyük bir propoganda fırsatı olarak görülmüş, Naziler oluşturmak istedikleri Alman imajını tüm dünyaya bir spor etkinliğine ev sahipliği yaparak yaymışlardır. Kişilerin zihnindeki despot, gülmeyen ve otoriter bir devlet imajı çizen Nazi Almanyası'na bakış oyunlardan sonra büyük oranda değişmiştir. 2006 FIFA Dünya Kupası'na ev sahipliği yapan Federal Almanya'da da aynı amacın taşındığı ve aynı sonucun alındığı

görülmektedir. Nazi Almanyası'ndan kalan olumsuz imajı silmek adına bir dizi faaliyette bulunan Federal Almanya, FIFA Dünya Kupası ile büyük bir fırsat yakalamış ve anketlerle kanıtlandığı üzere kitlelerin zihnindeki imajı olumlu anlamda yenilemiştir.

Bu iki örnek için yapılan faaliyetlerin de benzerlik gösterdiği görülmektedir. Örneğin, iki örnekte de Berlin bir şehir pazarlama kampanyasının odak noktası haline getirilmiş, 1936 yılında oyunların tanıtımı adına Almanya'yı güzelleyen "Olympia" filmi gösterilirken, FIFA Dünya Kupası sırasında Heidi Klum ve Olivier Bierhoff'un da oynadığı "Almanya'ya Hoş Geldiniz" adlı kısa tanıtım filmi gösterilmiştir. Bunun yanı sıra iki oyunda da yapılan büyük harcamalar bir çekicilik yaratarak beraberinde daha fazla turist ve yatırımcıyı çekmiş ve çok daha fazla kazanca dönüşmüştür. Literatürde de kamu diplomasisinin aslında 1936 Olimpiyat Oyunları'nda da izlerinin bulunabileceğine dair görüşler mevcuttur. Nazilerden 70 yıl sonra gerçekleştirilen, ancak amaç, yöntem ve araç bakımından Berlin Olimpiyatları ile benzerlik gösteren FIFA Dünya Kupası faaliyetleri kamu diplomasisi faaliyetleri olarak gösterilirken, 70 yıl önce bu faaliyet Nazi döneminin en dikkat çekici propaganda faaliyeti olarak gösterilmektedir.

Bu durum iki kavram arasındaki yakınlığın, özellikle uluslararası alanda büyük önem taşıyan spor müsabakaları için gerçekleştirilen faaliyetlerde herhangi bir diyalog anlayışından ziyade tek yönlü ve yalnızca bir tarafın kendini anlattığı ve tanıttığı bir faaliyet olması nedeniyle propaganda faaliyetlerine daha fazla uymaktadır. Bu tarz oyunlar uluslararası sistemde hala faaliyetleri ile tartışmalara neden olmaktadır. Örneğin, Independent'in (2018) haberine göre, Boris Johnson Rusya'nın FIFA Dünya Kupası'na ev sahipliği yapması ile bir propaganda fırsatı yakaladıklarını belirtmesinin yanında, yukarıda verilen örneğe benzer bir şekilde, Ruslara 1936 Nazi Olimpiyatları sırasında gerçekleştirilen faaliyetleri yapacakları suçlamalarını yapmıştır. Bu noktada literatürde beyaz propaganda olarak adlandırılan bu tarz faaliyetler, otoriter devletler tarafından gerçekleştirildiğinde direkt olarak propaganda olarak görülmektedir. Bu durumda karşımıza yine Nye tarafından ortaya atılan demokratik devletlerin bir faaliyeti olarak sunulan kamu diplomasisi faaliyetlerinin otoriter devletler tarafından yapıldığında propaganda olarak görülmesi olgusu ortaya çıkmaktadır.

Nazi Almanyası'nın Türkiye'deki propaganda faaliyetleri ve Federal Almanya'nın Türkiye üzerindeki kamu diplomasisi faaliyetlerine baktığımız zaman, ampirik veriler bize faaliyetlerde ortak özelliklerin görüldüğünü göstermektedir. İki vakada da Türk kamuoyu ile iletişime geçilirken aynı stratejik amaç üzerinden aynı araçlar ile faaliyetler yürütülmüştür. Teutonia Kulübü, Nazi Almanyası'nın yurt dışında faaliyet gösteren kurumlarından biridir ve kulüp ile yurtdışında Almanların örgütlenmeleri amaç edinilmiştir. Kulüp, özü itibariyle Türkiye'de yaşayan Almanların buluşma yeri olmasına rağmen, Türk kamuoyunun da katıldığı birçok kültürel faaliyet ve konuşmalara da ev sahipliği yapmıştır. Dernek, Türkiye'deki faaliyetleri içinde dönem dönem casusluk suçlamalarına maruz kalmıştır. Benzer şekilde Federal Almanya'nın Türkiye'de faaliyet gösteren vakıfları içerisindeki 4 büyük siyasi vakıf dünyanın pek çok yerinde faaliyet göstermekte ve direkt olarak Alman siyasi partilerinin görüşlerini yansıttıkları için casusluk suçlamalarının odağında kalmaktadırlar.

Türkiye'deki Alman vakıflarının yasal olmayan faaliyetlerde bulunması üzerine 2002 yılında bir dava açılmış ve Alman siyasi vakıflarının yurtdışındaki amacının Almanya'nın yararına hareket edecek siyasi kadrolar yetiştirmek olduğu ve bunun da doğrudan o ülkenin iç işlerine müdahale olduğunu belirtilmiştir.¹⁶³ Bunun yanı sıra vakıflar her ne kadar Almanya'daki farklı siyasi partileri destekleseler de yurt dışındaki ülkelerde uyum içinde hareket ettikleri vurgulanmıştır. "Alman Vakıfları ve Bergama Dosyası" adlı kitabında yasal olmayan faaliyetlerde bulduklarını iddia eden Necip Hablemitoğlu'nun bu kitabı da davada delil olarak gösterilmiştir.¹⁶⁴ Kitabında Alman vakıflarını casusluk yapmak ile suçlayan Hablemitoğlu, ayrıca Bergama'daki altın madenlerinin işletilmemesini çevrecilik faaliyetleri adı altında Alman vakıflarına bağlamaktadır.¹⁶⁵

Bu vakıflar Türk kamuoyuna çeşitli burslar sunarak Almanya'da eğitim ve çalışma imkanları da sunmaktadırlar. Bu vakıfların dışında, Brücke (Köprü) Derneği, İstanbul'da bulunmakta ve Nazi dönemi Teutonia Kulübü gibi Almanca konuşan halka

¹⁶³ Türkiye Cumhuriyeti AB Başkanlığı, "2002-10-24 Alman Vakıfları Soruşturması Tamamlandı", <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=21735> (17.04.2020)

¹⁶⁴ "Alman Vakıfları Davası Yarın", Hürriyet, 2002, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/alman-vakiflari-davasi-yarin-117878> (17.04.2020)

¹⁶⁵ "Hablemitoğlu ve Alman Vakıfları", Ntv, <http://arsiv.ntv.com.tr/news/193308.asp> (17.04.2020)

hizmet vermektedir. Günümüzde de hala varlığını devam ettiren Teutonia Kulübü ile birlikte çalışan dernek, Almanca konuşan kişiler için bir platform görevi görmenin yanı sıra, danışmanlık yapmakta ve lobicilik faaliyetlerinde bulunmaktadır. Nazi dönemi Teutonia Kulübü ile karşılaştırıldığında, bu vakıfların çalışmaları hakkında yıllık raporlar dışında çok fazla bir bilginin olmaması ve halkın gözünde casus olarak görülmeleri, faaliyetleri konusunda net bir bilginin sağlanması önünde bir engel teşkil etmektedir. Fakat hem geçmiş hem de şimdiki zamanda Alman dernek ve vakıflarının en önemli amacı Alman dili, kültürü ve biliminin yabancı toplumlarda yayılmasını sağlamak olarak görülmüştür. Bu noktada iki vaka arasında farklılık gösteren en önemli olay, Elliot'un (2002) da propaganda ve kamu diplomasisi için yaptığı yorum gibi, propagandada yabancı halkın manipülasyonu ve kontrolünün daha agresif yöntemler ile yapılırken, kamu diplomasisinde agresif olmayan yolların seçilmesidir.

Federal Almanya'nın Türkiye üzerindeki faaliyetlerinde, özellikle kültürel kurumlar ve vakıflar aracılığıyla yine bir ideoloji yaymak amaçlanmaktadır. Bu noktada yayılan ideoloji Nazi Almanyası'ndan çok daha farklı bir yapıya sahip olsa da temelinde ideolojik bir amaç taşıyan stratejik bir iletişim şeklidir. Örneğin Türkiye'de bulunan dört siyasi vakıf, Almanya'daki politik partilerin görüşlerini benimseyerek bu noktada Türkiye'de bu görüşlere uygun olarak faaliyet göstermekte ve ilgiyi artırmaktadırlar. Yayılan ideoloji faşizm ya da nefret veya demokrasi ya da insan hakları olsa bile ortada bir düşünceyi yayma fikri bulunduğu için bu tarz durumlar propagandacı iletişim tarzı ile benzerlik göstermektedir. Bu noktada kitlelerin propaganda terimindeki algısı "kötü ya da zararlı düşüncelerin yayılması" olarak görülüp Nazi Almanyası ve Sovyetler ile eşleştirilirken, aslında propagandanın iyi ya da kötü "bir düşünceyi yaymak" amacıyla olduğu gözden kaçmaktadır. Aynı zamanda Nazi Almanyası'nın yabancı halklar ile faaliyetinde ideoloji yayma amacını gütmeye dair de düşünceler mevcuttur. Literatürde özellikle turizm ile uygulanan faaliyetlerde Nazilerin yabancı toplumların üyelerini Nazi yapma değil, Nazi Almanyası hakkında bilinç sahibi olmalarını sağlayıp onları normal bir ülke olarak kabul etmeleri amacıyla olduğu belirtilmektedir.

Nazi Almanyası'nın kültür kurumlarından biri olan ve yurt dışında Alman dilini ve kültürünü yaymak amacını taşıyan Alman Akademisi, günümüz Goethe Enstitüsü'nün halefi durumundadır. Savaş sonunda Alman Akademisi adının kişilerin

zihinlerinde propaganda çağrışımı yapması dolayısıyla kurumun adı değiştirilmiştir. Literatürde Goethe Enstitüsü'nün uzunca bir süre Alman Akademisi'nin kaynaklarına dayandığı ve misyonunu devam ettirdiğine dair görüşler mevcuttur. Federal Almanya ile iş birliği antlaşmasına sahip olan Goethe Enstitüsü, Türkiye'de de aynı amaç ile Almancaya olan ilgiyi artırmakta, aynı zamanda kültürel faaliyetleri de organize etmektedir. Alman Akademisi'nin yabancı ülkelerde bulunan Almanca hocaları hakkında eğitimleri de dahil olmak üzere birçok faaliyette bulunması Goethe Enstitüsü'nün de görevlerinden biri olmuştur. Almancaya olan ilgiyi artırma ve Alman kültürüne sempati uyandırma konusunda iki kurum arasındaki benzerlik Türkiye özelinde de net bir şekilde görülmektedir.

Bir sonraki bölümde propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki benzerliklerin daha da güçlendirilmesi amacıyla iki vakanın Türkiye'deki faaliyetlerinin karşılaştırması Cull'ın beş kamu diplomasisi stratejisine uyarlanacaktır.

5.2. Cull Modeline Göre Karşılaştırmalı Analiz

Bu bölümde, propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkinin bulanık olduğunu belirten argümanı desteklemek amacıyla, Nazi Almanyası'nın ve Federal Almanya'nın Türkiye üzerindeki faaliyetleri karşılaştırmalı olarak sunulacaktır. Farklı alt başlıklar altında Nicholas Cull'ın beş temel kamu diplomasisi unsuru Nazi Almanyası ve Federal Almanya'ya uyarlanacak ve ampirik veriler ile bir sonuca ulaşılmaya çalışılacaktır. Bölümün sonucunda tüm kamu diplomasisi uygulamalarının her iki dönemde de karşılığının bulunduğu ortaya konulmaktadır.

Nicholas Cull (2008)'ın kamu diplomasisini propagandanan ayırmak için kullandığı beş temel uygulamasının (dinleme, savunuculuk, değişim, kültürel diplomasi ve uluslararası radyo ve televizyon yayıncılığı), aslında Nazi Almanyası'nın propaganda faaliyetlerinde de belli oranda kullanıldığı görülmektedir. Yukarıda ampirik verilerle de kanıtlandığı üzere, bu tarz faaliyetlerin propaganda iletişim şeklinde de görülmesi, iki kavram arasındaki ilişkinin belirsiz olduğu argümanını desteklemektedir.

Tablo.3: Cull’ın kamu diplomasisi unsurlarına göre iki vakanın karşılaştırması

CULL’IN BEŞ KAMU DİPLOMASİSİ UNSURU					
VAKA	DİNLEME	SAVUNUCULUK	KÜLTÜREL DİPLOMASİ	DEĞİŞİM	RADYO ve TELEVİZYON YAYINCILIĞI
Nasyonal Sosyalist Almanya	“Musa Dağ’da Kırk Gün” kitabının toplatılması Türk-Alman Turizm Komitesi Türk-Alman Dostluk Derneği	İdeoloji yayma (antisemitizm ve Sovyet düşmanlığı) Haber ajansları Gazeteler Dernekler	Alman Akademisi Teutonia	Türk öğrenci ve subaylar	Alman Radyoları Türkische Post başta olmak üzere Alman gazeteleri
Federal Alman Devleti	Türk-Alman Vakıfları Gençlik değişimleri Türk-Alman Gazetecilik Semineri	İdeoloji yayma (Demokrasi, liberal değerler vb.) Haber ajansları Gazeteler Dernekler	Goethe Enstitüsü Alman vakıf ve Dernekleri	Türk öğrenciler ve çalışanlar	İnternet gazeteleri + Alman Gazeteleri
Ortak Noktalar: Olumlu imaj yaratma, Almanya’nın kültürel olarak tanımı, ekonomik yarar					
Farklı Noktalar: Propagandanın çağa uydurulması, beyaz, sosyolojik propagandanın siyasi propagandadan farklı olması, Nazi propagandasının Federal Alman kamu diplomasisinden daha ön planda olması					

5.2.1. Dinleme Unsuru

Dinleme, yabancı halkların uluslararası sistemdeki olaylara olan tepkisinin toplanması ve isteklerinin dinlenmesi olarak görülmektedir ve kamu diplomasisinin başarıya ulaşmasındaki en önemli özelliktir. Fakat kamu diplomasisindeki dinleme unsuru Nazi Almanyası’nın propaganda faaliyetlerinde de bulunmaktadır. Örneğin, Arap dünyasının dönem içerisinde İngiltere’nin boyunduruğundan çıkma arzusunun Naziler tarafından bilinmesi ve buna yönelik politikalara girişilmesi kamu diplomasisinin dinleme unsuruna uymaktadır.

Dinleme unsurunun karşılıklı olarak diyalog anlayışına dönüşmesi ise Berlin’de İslam Enstitüsü’nün kurulması ile tamamlanmıştır. Enstitü’nün açılışında anti-semitizm ve İslam arasında bir bağlantı kuran Kudüs baş müftüsünün konuşması başka bir propaganda malzemesi oluşturacak şekilde Almancaya çevrilip sunulmuş ve Alman halkının dış politikaya bakış açısı daha da sağlamlaştırılmaya çalışılmıştır (Herf,2009:185). Bunun yanı sıra literatür, radyo yayımları ile Arap dünyasına Almanya’nın çekici kılınmaya çalışıldığı ve turizm ve Almanya’da eğitimin teşvik edildiğini belirtmektedir.

Cull’ın dinleme unsuru gibi Geoffrey Cowan ve Amelia Arsenault tarafından kamu diplomasisinin üç katmanı olarak belirtilen monolog, diyalog ve iş birliği anlayışlarının propaganda faaliyetlerinde de bulunabileceği görülmektedir. Konuşmalar, bildirimler, basın yayınları, filmler, kitaplar, şiir ve görsel sanat eserleri vb. gibi kültürel eserler tek yönlü iletişim biçimleri olarak tanımlanmakta fakat zamanla diyalogun temelini oluşturabildikleri ve hatta iş birliğine bile yol açabildikleri belirtilmektedir. Nazi Almanyası ise monolog olarak belirtilen bu tarz iletişim şekillerini sıklıkla kullanmış ve kamu diplomasisinde de belirtildiği gibi bu tarz monolog iletişim şekilleri diyalog ve iş birliğinin ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Nazi Almanyası Türkiye üzerinde de Tablo 3’te gösterildiği üzere Cull’ın kamu diplomasisi unsurlarına uygun faaliyetler düzenlemiştir. Bu faaliyetleri gerçekleştirirken, Türk halkının istekleri ve görüşlerinin dikkate alındığı ve diyalog anlayışına göre politikalar sürdürüldüğüne dair örnekler de bulunmaktadır. Örneğin, Nazi Almanyası’nda Ermeni olayları hakkında bir kitap olan “Musa Dağ’da 40 Gün” kitabının basılması Türk tarafında büyük tepkilere neden olmuş, bu durum Almanya tarafından kitabın toplatılmasına neden olmuştur (Koçak,2013:184). Bu örnekten de anlaşılacağı üzere, Türkiye’nin sorunlarını dinleme ve buna uygun olarak hareket etme noktasında Nazi Almanyası’nın da tek taraflı düşünmediği örnekler bulunmaktadır.

Bunun yanı sıra dinlemenin diyaloga dönüşmesine dair de adımlar atıldığı görülmektedir. Örneğin, iki ülke arasındaki turizmin gelişmesi amacıyla 3 Mart 1934 yılında Türk-Alman Turizm Komitesi’nin kurulması diyalog anlayışına bir örnektir. Cowan ve Arsenault’un anlayışına göre monolog olarak görülen ve Türkiye’de Alman dili ve kültürünün yayılması için faaliyetlerde bulunan Alman Akademisi ile bağlantılı olarak Bursa Halkevi’ndeki kursun sonucunda birçok Türkün Alman kültürü etkisi

altında kalması, Nazi etkisi altındaki gazetelerin Alman yanlısı haberler yapmaları ve kültürel kurumlar Almanya'ya karşı bir çekicilik oluşturmuştur. Bu faaliyetler zamanla Türkiye'den Almanya'ya olan seyahatlerin fazlalaşmasına ve 1934 yılında Türk-Alman Turizm Komitesi'nin kurulmasına öncülük etmişlerdir.

Görüldüğü üzere monolog bir iletişim, diyaloga ve daha sonra da iş birliğine dönüştürülmüştür. Aynı zamanda Berlin-Türk Talebe Birliği ile iki ülke öğrencilerinin kaynaşması ve Türk Alman Dostluk Derneği ile iki ülke arasındaki iş birliğinin tesisi amaçlanmıştır. Nye'in yumuşak güç kavramına göre, bu dönemde Nazi Almanyası'nın Türkiye üzerindeki en önemli yumuşak güç kaynakları ekonomisi, askeri donanımı, kültürü ve bilimi olmuştur. Ancak bilginin manipülasyonu olarak adlandırılan keskin gücün otoriter devletler tarafından kullanıldığını ve yumuşak gücün demokratik devletlerin bir argümanı olduğu görüşünün tersine, iki kavram arasında herhangi bir ayırım görülmediği ve Nazi Almanyası'nın da yumuşak güç ya da keskin güç sahibi olduğu görülmektedir.

Federal Almanya Türkiye'de uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetlerinde diyalog anlayışını ara kurumlar ve kuruluşlar ve konsolosluk ile yürütmektedir. Cull farklı bir unsur olarak belirtse de diğer bütün unsurların ilk özelliği olan diyalog-dinleme anlayışı Türkiye'de özellikle gençler arasında gerçekleştirilecek faaliyetler ile sağlanmakta ve Federal Hükümet tarafından finanse edilmektedir. Aynı zamanda Konrad Adenauer Vakfı tarafından Türk-Alman Gazetecilik Seminerleri düzenlenip iki ülkenin gazetecilerinin birbirlerini dinlemeleri ve anlamaları sağlanmakta ve Türkiye'deki gazetecilere yönelik eğitim faaliyetleri desteklenmektedir.

Federal Almanya'nın diyalog anlayışı literatürde sorgulanan bir kavramdır. Literatürde Alman kamu diplomasisinde diyalogun stratejik bir amaç için gerçekleştirildiği ya da diyalog anlayışının tam olarak gerçekleştirilmediğine dair düşünceler ön plandadır. Özellikle kültürel kurumlar ve Deutsche Welle gibi uluslararası yayınlar yoluyla gerçekleştirilmeye çalışılan diyalog anlayışları, Cull'ın tanımlarına net bir şekilde uymamaktadır. Örneğin Zöllner, uluslararası yayınlar ile kurulmaya çalışılan diyalog anlayışında sorun yaşandığını, çünkü sağlam bir diyalog anlayışının gerekliliği olan "sorununu belirtme-cevap alma-cevaba cevap verme" sıralamasının bulunmadığını belirtmektedir. Ona göre bu gibi kuruluşlarda her ne kadar sorun belirtene bir cevap verilse de sorunu belirten kişinin cevaba cevap vermesi

mümkün kılınmamaktadır. Karşılıklı etkileşimi özendirerek uluslararası alanda Alman imajını geliştirme konusunda çok başarılı görülmeyen Federal Almanya'da (Zöllner,2009:267) çoğu kurum en yeni kamu diplomasisi tekniklerini uygulamada ve hatta kavramı ve önemini anlamada yetersiz görülmektedir (Auer ve Srugies,2013:35). Aynı zamanda diyalog olarak adlandırılan çabaların Nazi imajının silinmesi için gerçekleştirilen faaliyetler olduğu düşünülmekte ve iki yönlü iletişimin de Almanya'nın politik ve kültürel durumu içerisinde oldukça zor olduğu vurgulanmaktadır.

Literatürde de belirtildiği üzere Almanya kamu diplomasisi faaliyetlerinde stratejik bir amaç izlemekte ve sahip olduğu kültürü daha fazla ekonomik ve siyasi yarar elde etmek için kullanmaktadır. Aynı zamanda Goethe Enstitüsü'nün Türkiye'de destek verdiği okullarda herhangi bir diyalog anlayışından daha çok yalnızca Alman dilinin yaygınlaşması amacı güdüldüğü ve tek taraflı bir iletişimin söz konusu olduğu görülmektedir. Bu noktada diyalog anlayışının gerçekleşmesi için Goethe Enstitüsü'nün Almanya'daki okullarda da Türkçe öğrenimini destekleyici bir şekilde Alman Hükümeti ve Türkiye arasında arabulucu olması gerekmektedir. Fakat bu durum, aksine her ülkenin sahip olduğu siyasi, sosyal ve ekonomik durumu ile kendisinden çok daha üstün durumdaki farklı ülkelerde kendi kurumları tarafından sağlanmaya çalışılmakta ve üstün olan ülkeler ile aynı başarıyı yakalayamayan ülkeler de bulunmaktadır. Örneğin diyalog anlayışını takip ettiği söylene de Türkiye'de çok sayıda bulunan Alman okuluna rağmen, Türklerin Almanya'da okul açma düşüncesi büyük tartışmalara neden olmuştur.

5.2.2. Savunuculuk Unsuru

Cull'ın vurguladığı diğer bir kamu diplomasisi unsuru olan savunuculuk anlayışı, özellikle elçilik ve bilgilendirme servisleri ile bir ülkenin politikasını, çıkarlarını ve bakış açısını başka ülke halkları ile paylaşarak onları etkilemeyi, görüşlerini benimsemelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda kültürel diplomasi organizasyonları da savunuculuk rolleri üstlenmekte ve bazı ülkelerde bu durum kuruluşların savunuculuk rolünden rahatsızlık duyup kamu diplomasisi teriminden uzaklaşmasına neden olmaktadır (Cull,2009b:19-20). Nazi Almanyası'nın Türkiye üzerindeki savunuculuk faaliyetlerine, antisemitik propagandasının Alman

diplomatik misyonları da dahil olmak üzere, Nazi Partisi'nin yurtdışındaki şubeleri kullanılarak yayılmaya ve kabullendirilmeye çalışılması örnek verilebilir. Yahudileri itibarsızlaştırmak adına yapılan çalışmalarda özellikle Türkiye'deki basın ve yazarlar kullanılmış ve hatta Cevat Rifat Atilhan gibi isimler Almanya'da düzenlenen bir konferansa katılıp burada Yahudi karşıtı bir teşkilatın Türkiye şubesinin başına geçirilmiştir. Türk basınının Türkiye'de bulunan altı Alman basın servisinden zaman zaman haberler alıp yayınlaması da savunuculuk faaliyetlerinin bilgilendirme çalışmaları adı altına sürdürüldüğünü göstermektedir.

Bir başka örnek ise, Avusturya'nın ilhakını haklı çıkarmak ve kan dökmeden kazanılan bir savaş olduğunu vurgulamak adına, Teutonia Kulübünde İstanbul'da bulunan Avusturyalıların ve Almanların bir araya geldikleri ve Avusturyalıların Almanların sevincine ortak oldukları, toplantıda Alman Konsolosu ve Avusturya Konsolosunun da konuşmalar yapması verilebilir. Bu noktada önemli olan Teutonia Kulübünün başkanının Türkiye'deki elçiden sonra gelen rütbeye eş görülmesi ve Müsteşar ve Konsolosun ondan emir alıyor olması ile savunuculuk faaliyetleri adı altında Türk kamuoyunu ve Türkiye'deki Alman kamuoyunu etkileyecek konuşmalar da düzenlemesidir. Naziler bu konuşmalarda, Türk kamuoyunda ideolojilerini haklı çıkarmak ve destek görmek amacıyla Hitler ve Atatürk arasında bir benzerlik kurmaya çalışarak Versay Antlaşması'nın yükümlülüklerinden kurtulmalarını Türk Kurtuluş Savaşı ile benzerlik kurmaya çalışarak sağlamıştır. Sık sık hükümet sözcüleri bu nedenle Hitlerin Atatürk'e dair olumlu görüşlerini dile getirmiştir. Buna ek olarak Aryan ırkı düşüncesinin yurt dışındaki halklarda kabul görmesi için Nazi Almanyası eylemlerini haklı gerekçelere dayandırmış, bu durum her ülkenin Yahudi düşmanlığını kendi gerekçesi altında eyleme dönüştürmesine neden olmuştur.

Nazi Almanyası Türkiye'de tarihi düşman olarak görülen Sovyet Rusya imajının farkında olup bu duruma uygun olarak Türk-Sovyet ilişkilerinin çıkarları aleyhinde ilerlemesine engel olmaya da çalışmıştır. Almanya'nın Ankara Büyükelçisi Von Papen'in faaliyetleri ile gerçekleştirilen anti-Rus düşüncenin yayılması için yapılan faaliyetlere Nazilerin savaş sırasındaki ilerleyişleri de eklenince Türk kamuoyunda Nazi Almanyası'na olan bakış değişmiştir. Bu konuda yürütülen başarılı faaliyetler ile anti-Rus düşünce savaştan sonra da önemli bir ölçüde Türk kamuoyunda etkili olmaya devam etmiştir. Federal Almanya'nın da Türkiye'de özellikle vakıflar ve kültürel

kurumlar ile insan hakları, demokrasi, eğitim ve araştırma, ekoloji ve liberal dünya gibi konularda savunuculuk faaliyetleri gerçekleştirdiği görülmektedir.

5.2.3. Kültürel Diplomasi Unsuru

Cull, kültürel diplomasiyi bir ülkeye ait olan kültürel kaynakları ve başarıları yurtdışındaki halka ulaştırarak kültürel aktarım yapma faaliyeti olarak tanımlamaktadır. Nazi Almanyası örneğine belki de en çok uyan kamu diplomasisi unsuru kültürel diplomasi'dir. Çünkü kültürünü, dilini ve tarihini "Aryan Irk" kavramı altında yurtdışındaki halka kabul ettirmek adına bir dizi faaliyet yürütülmüş ve bu yolla oluşturulacak olumlu Almanya imajı ile de dış politikada kendi lehine kararlar almak umulmuştur. Siyasal alanda gerçekleşen propagandanın oldukça göze çarpan bir özellikte olmasına karşın, literatürde kültürel alanda gerçekleştirilen Alman propagandasının göze hemen çarpmadığı ancak uzun vadeli sonuçlara neden olduğu belirtilmektedir.

Nazi Almanyası kültürel kurumları ve konsolosluk faaliyetlerini başarılı bir şekilde kullansa da kültürel alanda en önemli faaliyet 1936 yılında Berlin'de gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları olmuştur. Türk basını taraması sonucunda oyunların Türkiye'de de geniş yankı uyandırdığı ve Almanların oyunlar için harcadığı yüksek miktarda paranın vurgulanıp bunun Almanya'ya çok daha fazla bir miktarda geri döneceği belirtilmiştir. Bu örneğin dışında Alman Akademisi ile özellikle Bursa'da yaşayan Türk halkı Alman dili ve kültürüne daha yatkın hale getirilmiş ve seyahat planlarını artık Almanya'ya gitmek şeklinde değiştirmişlerdir.

Teutonia Kulübü ise Alman kültürünün yayılması için bir başka araç olmuştur. Türkiye'deki faaliyetlerine iş adamları, elçilik üyeleri gibi yüksek mertebeden kişilerin de katıldığı Teutonia ve Almanya'ya olan bakış açısını değiştiren Alman Akademisiyle Almanya'nın imajı, kültürel öğelerin ekonomiyi desteklemesi ile sonuçlanmıştır. Bu örneklerin yanı sıra Türk eğitim sisteminde büyük önemi bulunan Alman profesörlerin ve ardından Yahudi profesörlerin gelişi ile Türk eğitim sisteminde Alman etkisi göze çarpar hale gelmiş, bu durum Alman dilinin öğrenilmesi ihtiyacını daha da artırmıştır. Aynı zamanda dönem içinde de Türkiye'de faaliyet gösteren Alman okulu Nazi Almanyası'nın kültürel olarak en büyük reklam malzemesi haline gelmiştir.

Literatür Türkiye’de Almanların Nazi döneminden çok daha önce kültürel anlamda alt yapısının hazır olduğu belirtilmiş, bu durum Federal Almanya’nın da aynı alt yapıyı devam ettirmesine olanak sağlamıştır. Federal Almanya da Türkiye’de yine aracı kültürel kurumlar ile birlikte Alman dili ve kültürü, tarihi, bilimi ve eğitimi konusunda bir çekicilik yaratarak Türk kamuoyunda Almanlara dair olumlu bir imaj oluşturmayı hedeflemektedir. Bu amaç için yapılan faaliyetler içinde Almanya’nın dünyadaki en büyük kültür kurumu olan Goethe Enstitüsü, Alman okulları ve vakıflar faaliyet göstermektedir.

5.2.4. Değişim Unsuru

Değişim diplomasisinde bir ülkenin kendi vatandaşlarının yurt dışındaki bir ülkeye çalışmaya ya da eğitime gönderildiği gibi, karşı ülkenin vatandaşlarını da aynı faaliyet için kabul etmeleri amaçlanmaktadır. Nazi Almanyası’nın da Türkiye’deki faaliyetlerinde değişim diplomasisine uygun davranışlar sergilediği görülmektedir. Örneğin; Madencilik Akademisi rektörünün 1936 yılındaki raporunda, Türkiye’den on beş öğrencinin akademiye geleceği, ayrıca sekiz maden mühendisi ve bir kimyacı da Türk hükümeti tarafından çağırıldığı belirtilmesi (Koçak,2013:175-176) kültürel ilişkilerde iki taraflı bir ilişkiye dair örneklerin bulunduğunu göstermektedir. Bu örneğin yanı sıra Türk ordusuna Alman subayları gönderilmiş ve bunun karşılığında Türk subaylar da Alman ordusuna eğitim almaya gönderilmiştir (Koçak,2013:187).

Federal Almanya da değişim diplomasisine büyük önem vermekte ve Alman Kamu Diplomasisi bölümünde de anlatıldığı üzere, Federal Hükümet tarafından bu alana özellikle finansman sağlanmaktadır. Erasmus programı ile Türkiye’den en fazla öğrenci değişimi Alman üniversiteleri ile yapılmakta ve Türkiye’den Almanya’ya hem öğrenci hem de akademisyen göndermek için Alman vakıfları tarafından burslar sağlanmaktadır. Cull, bu sürecin karşılıklılık esasına dayandığını belirtse de bu süreç iki tarafın da birbirinden faydalandığı bir öğrenme süreci olabilmenin yanında tek yönlü bir süreç haline de gelebilmektedir. İki tarafın da birbirinden aynı oranda etkilendiği bir sürecin gerçekleşmesi oldukça zordur. Özellikle geldikleri ülkelerde istihdam olanakları, politik ve sosyal yapı gibi faktörlerin gittikleri ülkelere göre daha kötü olması durumunda öğrenciler genellikle bu fırsatların bulunduğu ülkeleri tercih etmekte ve bu durum da genellikle Almanya’nın yerleşim yeri olarak seçilmesine

neden olmaktadır (Süoğlu,2012:80). Aynı şekilde Rosaleen Smyth (2010:434), değişim programlarının birer propaganda faaliyeti olduğunu, fakat siyasi propagandanın aksine sosyolojik propaganda sınıfına girdiğini belirtmektedir.

5.2.5. Uluslararası Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Unsuru

Cull'ın belirttiği son unsur olan uluslararası radyo ve televizyon yayıncılığı, Nazi Almanyası'nda özellikle dönemin en önemli kitle iletişim aracı olan radyo ile sağlanmıştır. Ekonomi alanında Türkiye'de baskın güç olma amacını sürdüren Almanlar, dönem içinde radyo sanayisinde de Türkiye'de tekel durumuna gelmiştir (Glasneck,1976:27). Savaş döneminde Türkiye'de bir gün içinde yedi defa olarak 15 dakikalık yayın yapan Alman radyo yayınlarında özellikle Alman müziği ile bir etki yaratmak ve Almanya'ya karşı bir eğilim oluşturulmak amaçlanmıştır (Glasneck,1976:27). Bunun yanı sıra Türkiye'de bulunan birçok Alman gazetesi içinde *Türkische Post* Gazetesi Nazi Almanyası'nın en önemli araçlarından biri olmuştur. Federal Almanya'da ise günümüz teknolojisinin gelişmesi ile birlikte uluslararası radyo ve televizyon yayıncılığına bir de internet faktörü eklenmiştir. En önemli araçlardan biri olan Deutsche Welle, Federal Hükümet tarafından finanse edilmektedir ve Türk kamuoyu ile siyasal iletişim sağlamak amacını taşımaktadır. Aynı zamanda Türkiye'de Alman gazeteleri de faaliyet göstermektedir.

SONUÇ

Literatür taraması sonucunda kamu diplomasisi ve propaganda arasında belirtilen farklar, tezin bu bölümünde iki vaka üzerinden karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Yapılan karşılaştırma sonucunda Türkiye'deki faaliyetlerinde Nazi Almanyası'nın da Federal Almanya'da olduğu gibi diyalog ve iş birliği anlayışı ile hareket ettiği durumların varlığı gözlemlenmiştir. Aynı zamanda Nicholas Cull tarafından propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarının birbirlerinden tamamen farklılaşması için öne atılan beş kamu diplomasisi uygulaması Nazi Almanyası'nın Türkiye'de uyguladığı propaganda faaliyetlerine uyarlanmıştır. Yapılan uyarılama sonucunda Cull tarafından belirlenen bu beş kamu diplomasisi unsurunun Nazi

Almanya'nın propaganda faaliyetlerinde de bulunması kavramlar arasındaki ilişkinin bulanık olduğunu ampirik veriler ile ortaya koymaktadır.

Beş kamu diplomasisi stratejisinin iki dönemde de bulunmasının yanı sıra verilen örneklerde bu unsurların Federal Almanya tarafından daha iyi yapıldığı sonucu da oluşmaktadır. Cull da zaten, kamu diplomasisinin beş unsurunun yüzyıllardır sağlam devlet idaresinin bir parçası olduğunu ve örneklerinin özellikle Avrupa'da oldukça fazla olduğunu belirtmektedir (Cull,2013b:vii). O zaman bu beş unsurun literatürde belirtildiği üzere kamu diplomasisini propagandadan ayıran faaliyetler olarak gösterilmesi durumu sorgulanmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu gibi faaliyetlerin Nazi Almanya ve Federal Almanya örnekleri üzerinden ortak noktaları, Almanya'nın olumlu bir imajının oluşturulmasını sağlamak, kültürel olarak Almanya'yı yurtdışında temsil ederek siyasi ve ekonomik olarak yarar sağlamak olarak görülebilecek stratejik bir amaçtır.

İki vaka arasındaki en büyük fark ise, Nazi Almanya dönemine göre Federal Almanya dönemi içinde propaganda yöntemlerinin geliştirilip daha modern bir hal alması ve siyasi propagandanın hemen belli olacak uygulamalarının aksine, bir görüşün ve hayat biçiminin yayılmasını amaçlayan sosyolojik propaganda ve gerçeğin de kullanıldığı beyaz propaganda faaliyetlerine uygun olarak yapılmasıdır. Bu durum iki vaka tarafından uygulanan faaliyetlerin yöntem, araç ve amaçlarının benzerlik göstermesine neden olurken, Nazi propagandasının Federal Almanya'nın kamu diplomasisinden daha ön planda ve fark edilir olduğu sonucu da oluşmaktadır. Literatür, "isteksiz hegemon", "sivilleştirilmiş hegemon" ve "liberal hegemon" olarak gösterilen Almanya'nın, kamu diplomasisinde ABD'den farklı olarak kendi geleneğini oluşturduğunu ve genel olarak faaliyetlerinde Nazi Almanya'nın yarattığı imajı silmeye odaklandığını belirtmektedir. Özellikle milliyetçi olarak görülmenin Nazi Almanya ile bir benzerlik yaratacağı korkusunu taşıdıkları, 2006 FIFA Dünya Kupası sırasında Alman bayrağının her yerde görülmesi ile milliyetçilik tartışmalarının yaşanmasından belli olmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, literatürde üzerinde genel olarak kabul edilmiş bir tanımı bulunmayan ve birbirleriyle olan ilişkisi net bir şekilde ortaya konulmamış iki kavram arasındaki ilişkiyi iki farklı dönem üzerinden incelemektedir. Bu inceleme ile çalışmada, kamu diplomasisi ve propaganda birbirleriyle aynı terimler mi yoksa tamamen birbirlerinden farklı terimler mi sorusuna cevap aranmıştır. Literatür bu konuda iki ayrı parçaya bölünse de propagandanın kamu diplomasisinden, özellikle yeni kamu diplomasisinden, farklı olduğunu düşünen bilim insanlarının oranı daha yüksektir. Fakat bu oranın yüksekliğine rağmen bu çalışma, incelediği iki vaka ile kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının birbirlerine benzer kavramlar olduğunu iddia eden literatür için ve kamu diplomasisi-sosyolojik propaganda, ayrıca kamu diplomasisi-beyaz propaganda literatürü için örnek oluşturmaktadır. Ayrıca bu çalışma, Federal Alman Devleti ve Nazi Almanyası'nı ele alarak tarihsel süreçte propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarının nasıl evrildiğini göstermek için yazılmış ilk çalışmadır.

Çalışmanın akademik literatüre üç katkısı bulunmaktadır. İlki çalışmada verilen örnekler ile propaganda faaliyetlerinin kamu diplomasisi faaliyetleri olarak gösterildiği literatüre ampirik verilerle bir katkı sunmasıdır. İkinci olarak bu tez, Berridge'in kamu diplomasisi faaliyetlerini beyaz propaganda olarak sınıflandırması ile oluşturulan literatüre de örnek oluşturup, kavramsal tartışmalara katkı vermektedir. Üçüncü katkısı ise, sosyolojik propagandanın kamu diplomasisi özelinde çalışılmadığının görülmesi üzerine bu alan üzerinde yeni bir tartışma sunmaya çalışması ve bu literatüre destek vermesidir.

Aynı zamanda çalışmada yumuşak güç ve keskin güç kavramı karşılaştırmalı olarak etkin kullanılmamıştır. Bunun en büyük sebebi iki kavram arasındaki ilişkinin propaganda ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiye olan benzerliğidir. Yumuşak ya da keskin olarak adlandırmaya gerek duyulması zorunluluğu, otoriter devletler ile demokratik devletlerin faaliyetleri hakkında "biz yumuşak güç uygularken, siz keskin güç uygularsınız" gibi bir anlayışa neden olmaktadır. Ancak bu tarz bir ayırım oldukça anlamsızdır. Çünkü ampirik verilerle de gösterildiği üzere Nazi Almanyası da

yumuşak güç kaynaklarına sahip olmuş ve günümüzde Federal Almanya'nın yumuşak güç kaynakları ile aynı amaç, yöntem ve aracı benimsemiştir. Burada devletlerdeki asıl güdü, siyasi yapısı önemli olmaksızın yabancı halklarla iletişime geçme isteğidir. Bu durumda Nazi Almanyası'nın otoriter bir devlet olmasından dolayı keskin güç olarak adlandırılması ve Federal Almanya'nın demokratik bir devlet olduğu için yumuşak güç olarak adlandırılması benzer faaliyetlere yalnızca başka isim üretme çabasının bir sonucudur.

Dolayısıyla tezde, ilk olarak iki kavramın birbirlerine benzer olduğu ve aynı araç, amaç ve yöntemle sahip olduğu hipotezini, Nazi Almanyası ve Federal Almanya'nın Türkiye üzerindeki faaliyetlerinden örnekler sunulup, karşılaştırmalı bir analiz yapılarak sonuçlandırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen ampirik veriler sonucunda, iki vakada da asıl amacın etkilemek ve olumlu bir imaj yaratmak olduğu ve kullanılan araçların daha çok devletlerin desteklediği kültürel kurumlar, vakıf ve dernekler olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak yöntem olarak iki dönem arasında önemli bir fark görülmektedir. Nazi Almanyası döneminde daha çok agresif bir propagandacı iletişim tarzı benimsenmişken, Federal Almanya'da aynı amaç ve araçlar ile propagandacı ancak daha az agresif bir iletişim tarzı benimsendiği görülmüştür. Fakat daha az agresif bir yöntem benimsemek, propagandanın çağa ayak uydurmuş hali gibi gözükmektedir ve iki dönemde de sözkonusu faaliyetlerin stratejik bir amaç taşıdığı ortaya konulmaktadır.

Otoriter ya da demokratik tüm devletlerin yabancı halklara ulaşmaya ihtiyacı olduğu ve bu durumun propaganda ya da kamu diplomasisi olarak adlandırılmaması gerektiği hipotezinin geçerliliği de yine ampirik veriler üzerinden tartışılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda siyasi yapısına bakılmaksızın iki vakada da benzer faaliyetlerin benzer yollar ile kullanıldığı ve buna rağmen faaliyetlerin isimlerinin farklı olduğu görülmektedir. Bu noktada otoriter devletlerin yalnızca kendi ideolojilerini başka ülkelere kabul ettirmek adına faaliyet göstermedikleri, bir anlayış kazandırma ve diyalog anlayışını yürütme gibi faaliyetleri de gerçekleştirdikleri, demokratik bir devlet olan Federal Almanya'nın da otoriter olarak adlandırılmış Nazi Almanyası ile benzer şekilde ve benzer amaçlar ile halklarla iletişime geçtiği görülmektedir.

Önceki iki hipotezin doğrulanmasıyla, yeni kamu diplomasisinin varlığının propaganda ve kamu diplomasisinin birbirinden tamamen ayrışmasına neden olduğunu belirten hipotez de tartışılmıştır. Bu noktada hipotezi test etmek amacıyla yeni kamu diplomasisinin en önemli özelliği olarak gösterilen diyalog/dinleme anlayışı sorgulanmıştır. Bu sorgulamanın ampirik verilere dayanması için de iki vakanın Türkiye üzerindeki faaliyetleri örnek olarak verilmiş ve Cull'ın beş kamu diplomasisi stratejisine uyarlanmıştır. Sonucunda Nazi Almanyası'nda da diyalog anlayışına benzer faaliyetlerin yürütüldüğü görüldüğü gibi aynı zamanda yeni kamu diplomasisinin beş uygulamasının varlığının bulunduğu da görülmüş ve hipotez desteklenememiştir.

Çalışmanın üç ana sınırlılığı bulunmaktadır. Öncelikle, zaman kısıtlılığı sebebiyle Türk ve Alman kaynaklarına odaklanıldığından, dönemin Amerikan, İngiliz ve Sovyet resmi kaynakları detaylı bir şekilde taranamamıştır. İkinci olarak, Federal Almanya'nın kamu diplomasisi ve Türkiye üzerindeki faaliyetlerini konu alan rapor, arşiv vb ampirik veri kaynakları kısıtlıdır. İlgili Alman kamu diplomasisi kurumlarının sadece yıllık raporları ve internet sitelerinde yayınladıkları bilgiler kullanıma açık olduğundan tezin özellikle Federal Almanya Kamu Diplomasisi kısmı önceki bölüme kıyasla daha tasvir niteliğinde kalmıştır. Buna ek olarak Türk Dışişleri Arşivlerine erişim olmadığı için kullanılamamıştır. Gelecekteki benzer araştırmalar için mümkün olduğunda, Dışişleri ve Başbakanlık Arşivlerine bakılması ideal olacaktır. Son olarak, Teutonia ve Alman Akademisi'nin Türkiye'deki faaliyetleri hakkında hatırı sayılır sayıda akademik çalışmanın bulunmaması, literatürde açık yarattığı için tez çalışması açısından önemli bir fırsat teşkil etse de ilgili kurumların faaliyetleri hakkındaki ampirik verilere erişim çok kısıtlıdır. Nazi Almanyası döneminde ve günümüzde de faaliyette olan Teutonia Kulübünün arşivlerinin halka açık olmaması da bu anlamda tez çalışması için önemli bir sınırlılıktır. Bu nedenle Teutonia tarihini anlatan kitaba da ulaşamadığı gibi, Alman kültür kuruluşları ve vakıfları ile yapılmak istenen mülakat taleplerine geri dönüş alınamamıştır. Bu çalışma, Teutonia'nın arşivlerini açması ve Alman vakıfları ile mülakat yapılması durumunda daha zengin bir hal alabileceği için bu eklemeler ile birlikte konunun doktora çalışması sırasında daha yoğun bir şekilde tartışılması hedeflenmektedir.

Son olarak, Federal Almanya ve Nazi Almanyası vakaları ampirik verilerle yapılan karşılaştırma sonucunda bize propaganda ve kamu diplomasisini birbirinden ayıran çizginin oldukça bulanık olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada örnek olarak sunulan Federal Almanya ve Nazi Almanyası vakaları, birbirinden tamamen farklı dönemler olsa bile faaliyetlerde belirtilen benzerlikler yalnızca propaganda ve kamu diplomasisi kavramlarının arasında bir bulanıklık olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çizginin bulanık olması ve propagandaya yüklenen olumsuz misyon, devletlerin de bu durumu siyasi bir taktik olarak kullanıp diğer ülkelerin faaliyetlerini propaganda olarak nitelendirirken kendi faaliyetlerini kamu diplomasisi olarak adlandırmasına sebep olmaktadır. Sonuç olarak halklarla kurulan en eski iletişim biçimi olan propaganda, benimsendiğinin aksine şeytani bir kavram olarak ortaya çıkmamış, aksine öldürülmüştür.

KAYNAKÇA

Aafreedi, J. Navras, "The Paradox of the Popularity of Hitler in India", *Asian Jewish Life*, 14 (4), 2014, pp.14-16.

Akşin, Sina, "Turkey's declaration of war on Germany at the end of world war", *Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı*, Cilt.33,2002, ss.285-291.

Alboğa, İbrahim "Almanya'da Türk Okulları Tartışması", *Seta Perspektif*, No.262, Ocak 2020, ss.1-7.

Alexander von Humbolt Stiftung Jahresbericht 2017, Alexander von Humboldt-Stiftung Bonn-Bad Godesberg, 2018, https://www.humboldt-foundation.de/pls/web/docs/F-932698306/jahresbericht_2017.pdf

Alkan Resul, *Die "Türkische Post": Eine deutsche Propagandazeitung in der Türkei 1926-1944*, LIT Verlag,2019.

Alleyne D. Mark, *Global Lies? : Propaganda, the UN and World Order*, Palgrave Macmillan: New York, 2003.

Alpagut, Leyla, "Hermann Jansen İçin Ankara'da Yeni Bir Görev: "Gazi Orman Çiftliği" Planlaması", *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-26, Haziran/June 2017, ss.1-26.

Armaoğlu, Fahir, "İkinci Dünya Harbinde Türkiye", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt.13, No.02,1958, ss.139-179.

Arndt, T. Richard, *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, 1st ed., Dulles, VA: Potomac Books, 2005.

Arsenian, Seth, "Wartime Propaganda in the Middle East", *Middle East Journal*, Vol. 2, No. 4 (Oct., 1948), pp. 417-429,

Aslan, D. Han & Selçuk, Bugra, "Reflections of the Second World War on Turkey's Foreign Policy", *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, 2014, 1(39), pp. 138-151.

Atsız, Nihal, “Komünist, Yahudi ve Dalkavuk”, *Orhun*, Sayı.5, 21 Mart 1934, ss.93-94.

-----, “Yirminci Asırda Türk Meselesi II: Türk Irkı=Türk Milleti”, *Orhun*, Sayı.9,16 Temmuz 1934, ss.157-160, ss.159.

Auer, Claudia & Srugies, Alice, *Public diplomacy in Germany*, Figueroa Press: Los Angeles, 2013.

Auerbach Jonathan & Castronovo Russ, “Thirteen Propositions about Propaganda”, in *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*,Jonathan Auerbach, Russ Castronovo (ed), Oxford University Press: United States of America, 2013, pp.1-16.

Awards from the alexander von humboldt foundation. (1994). *Applied Catalysis A: General*, 116(1-2).

Aydın, Mustafa “İkinci Dünya Savaşı ve Türkiye,1939-1945” *Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşı'ndan Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar (Cilt 1: 1919-1980)*, (ed) Baskın Oran, İletişim Yayınları, İstanbul, 15.Baskı, 2009, ss.399- 475.

Ayhan, K. J., “The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives”. *International Studies Perspectives*, 20(1), 2018, pp.1-21.

Bahar, İzzet,” German or Jewish, Humanity or Raison d'Etat: The German Scholars in Turkey, 1933–1952”, *Shofar* ,Vol. 29, No. 1 (Fall 2010), pp. 48-72.

Bali,Rıfat, *1934 Trakya Olayları*, İstanbul: Kitapevi,İkinci Baskı,2008.

-----, “Yeni Bilgiler ve 1934 Trakya Olayları II”, *Tarih ve Toplum*, No.187, Cilt.31, Temmuz 1999, ss.42-48.

Barlas,Dilek & Gülmez B. Seçkin, “Turkish–British relations in the 1930s: from ambivalence to partnership”, *Middle Eastern Studies*, 54:5, 2018, pp. 827-840.

Barlas, Dilek “Friends or Foes? Diplomatic Relations Between Italy and Turkey, 1923-36”, *International Journal of Middle East Studies*,36,2004, pp.231-252.

Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi: B.C.A 33-170.01-32720, B.C.A. 33.169.01, B.C.A. 33.166.01, B.C.A. 33.170.01 s.71, B.C.A, 33.170.01, ss. 10-11, B.C.A. 33.169, 33.170.01, ss. 36-37

----- (B.C.A.) 33.166.02

Berridge, R.G., *Diplomacy: Theory and Practice*, 5th Edition, Hampshire,Palgrave Macmillan,2015.

Berridge R. G., & Alan, James, *A Dictionary of Diplomacy*, Second Edition, Palgrave Macmillan: New York,2003.

Beynards Edward, *Propaganda*, Liveright,1928.

Black, Jay,”Semantics and Ethics of Propaganda”, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol:16, No:2&3, pp.121–137.

Bozkurt, Celil. “Bir Yahudi Aleyhtarının Anatomisi: Cevat Rifat Atilhan.” *İsrailiyat: İsrail ve Yahudi Çalışmaları Dergisi*, no. 2 (Yaz 2018): 102-119.

-----, “Yahudi Aleyhtarı Bir Derginin Değerlendirilmesi: Milli İnkılap ve Kamuoyundaki Yankıları”, *Tarih Dergisi*, Sayı 53 (2011 / 1), İstanbul 2012, s. 175-210.

Brügel, Silke, *Ernst Reuter'in Türkiye'deki Yaşamı ve Katkıları*,Friedrich Ebert Vakfı, 1991.

Bundesregierung, Was Wir Tun, 22. Bericht der Bundersregierung zur auswaertigen Kultur und Bildungspolitik für das Jahr 2018, Auswaertiges Amt (AA),2019, <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/2232572/0b260ad27d3cb1619279a3355abe7e47/akbp-bericht2018-data.pdf>

Carr E.H., *The Twenty Years' Crisis 1919-1939: An Introduction to the Study of International Relations*, Hong Kong, The MacMillan Press, 1981.

Chang, Tsan-Kuo, & Li, Fen, "From Propaganda to Public Diplomacy: Assessing China's International Practice and Its Image, 1950-2009", *Public Relations Review*, Vol:40, No:3, 2014, pp.450-458.

Colvin, Sarah, (ed), *The Routledge Handbook of German Politics & Culture*, Routledge, 2014.

Çoşar, Nevin & Demirci, Sevtap, "The Mosul Question and The Turkish Republic: Before and After the Frontier Treaty, 1926", *The Turkish Yearbook of International Relations*, No.35, 2004, pp.43-59.

Cowan Geoffrey & Arsenault Amelia, "Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, Public Diplomacy in a Changing World (Mar., 2008), pp. 10-30.

Crawford, Beverly, *Power and German Foreign Policy: Embedded Hegemony in Europe*, Palgrave Macmillan UK, Year: 2007

Cross, K. David, Mai'a & Melissen, Jan, *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*, Palgrave Macmillan, 2013.

Cull, J. Nicholas & Cowan, Geoffrey, "Public Diplomacy in a Changing World", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science Series*, Vol: 616, March 2008, pp.6-8.

Cull, J. Nicholas, "Foreword", in, *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*, ed. Mai'a K. Davis Cross, Jan Melissen, Palgrave Macmillan, 2013b, pp.vii-xiii.

Cull, J. Nicholas & Mazumdar, B. Theo, "Propaganda and the Cold War", in (Ed.) Artemy M. Kalinovsky, Craig Daigle, *The Routledge Handbook of the Cold War*, Routledge, 2014, pp.323-339.

Cull, J. Nicholas, "Public Diplomacy," in *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, ed. Nicholas J. Cull, David Culbert, and David Welch, Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, 2003.

-----, “Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase”, pp.19-23, in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ed. Nancy Snow and Philip M. Taylor, London and New York: Routledge, 2009a.

-----, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Figueora Press: Los Angeles, 2009b.

----- “Public Diplomcy: Seven Lessons for its Future from its Past”, *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol.6, No.1, 2010, pp.11-17.

-----, “Public Diplomacy: Taxonomies and Histories”, *ANNALS, AAPSS*, 616, March 2008, pp. 31-54.

-----, “The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy”, *International Studies Review*, 2013a, 15, pp.123–139.

Dağlı Erkan, “İstanbul’da Bir Alman Gazetesi Türkische Post”, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi (TAED)*, 59, 2017, ss.511-532.

Demirtaş, Birgül & Mazlum, Mahmut, “Civillian Powers and the Use of Force: The Evolution of Germany as a ‘Realist Civillian Power’, *Perceptions*, Vol. XXIII, No.1, Spring 2018, pp.27-62.

Denison, A., “German foreign policy and transatlantic relations since unification”. *German Politics*, 10(1), 2001, pp. 155–176.

Deringil, Selim, “The Preservation of Turkey's Neutrality during the Second World War: 1940”, *Middle Eastern Studies*, Vol. 18, No. 1 (Jan., 1982), pp. 30-52.

-----, *Turkish Foreign Policy During Second World War: an ‘Active’ Neutrality*, Cambridge University Press, 1989.

Doğaner, Yasemin, “İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Türkiye’de Nazi Propagandası (Emniyet Genel Müdürlüğü Raporlarına Göre)”, *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:17, 2012, ss. 65-81.

Doherty, A. Martin, *Nazi Wireless Propaganda Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War*, Edinburgh University Press, 2000.

D'souza, J.Eugene, "Nazi Propaganda in India", *Social Scientist*, Vol. 28, No. 5/6, May - Jun., 2000, pp. 77-90.

Elliot, A.Kim, "Is there an Audience for Public Diplomacy?" *New York Times*, November 16, 2002.

Ellul, Jacques, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books Edition, February 1973.

Feldman, G.Lily, *Germany's foreign policy of reconciliation : from enmity to amity*, Rowman & Littlefield Publishers, Year: 2012.

Fellows, W. Erwin, "Propaganda: History of a Word", *American Speech*, Vol. 34, No. 3, Oct., 1959, pp. 182-189.

Finlayson, R. Trevor "The Alexander von Humboldt Foundation : Outcomes of Support for Australian Science and Scholarship", *The Royal Society of Victoria*, 127, 91-97, 2015.

Friedrich Ebert Stiftung Annual Report 2017 and 2018 Perspectives, Friedrich-Ebert-Stiftung e.V., 2018, http://library.fes.de/pdf-files/fes/03208/jb-2017.pdf?fbclid=IwAR19livXw5v7j-oKMTl8v9gHOI_gk-7XiyLLSsaZQ_RA-3hS_VHn8qZk5nA

Friedrich Nauman Foundation, Annual Report 2018, Friedrich Nauman Foundation for Freedom, 2019, <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/802>

Gabler, Fritz, *'Fremdenverkehrspolitik und Beherbergungsgewerbe im neuen Deutschland'*, Vortrag von Fritz Gabler auf dem Internationalen Hotelierkongress in Berlin, 1934, n.d. StaF, C4/XVI/20/9.

Gaskarth, J., & Oppermann, K., "Clashing Traditions: German Foreign Policy in a New Era". *International Studies Perspectives*, 2019, pp. 1-22.

Gienow-Hecht & E.C. Jessica & Donfried C. Mark, "The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance, and the Promise of Civil Society", in *Searching for a*

Cultural Diplomacy (13-30), ed. Jessica C. E. Gienow- Hecht ve Mark C. Donfried, USA: Berghahn Books, 2013.

Gilboa Eytan, "Searching for a Theory of Public Diplomacy", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol:616, No:1,2008, pp. 55-77.

Glasneck Johannes, *Türkiye'de Faşist Alman Propagandası*, Onur Yayınları, 1976.

Goethe Institut, *Culture in an Age of Uncertainty:The Value of Cultural Relations in Societies in Transition*, Goethe-Institut e.V and British Council, 2018.

Goethe Institut, *Rahmenvertrag Zwischen der Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch den Bundesminister des Auswärtigen, im Folgenden Auswärtiges Amt genannt, einerseits und dem Goethe-Institut e.V.,München, München:Goethe-Institut,2004*, https://www.goethe.de/resources/files/pdf166/rahmenvertrag_de.pdf

Gönlübol,Mehmet & Kürkçüoğlu, Ömer, "Atatürk Dönemi Türk Dış Politikasına Genel Bir Bakış", *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Cilt: I , Sayı.2, Mart 1985, ss.451-473.

Green, F., *American Propaganda Abroad*, New York: Hippocrene Books, 1988.

Gregory Bruce, "Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, Vol: 616, No: 1, 2008, pp. 274-290.

Grix, J., & Houlihan, B., "Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012)", *The British Journal of Politics and International Relations*, 16(4), 2013, pp.572–596.

Guth,D.W., "Black, White and Shades of Gray: The Sixty-Year Debate Over Propaganda v. Public Diplomacy", *Journal of Promotion Management*, Vol: 14, No:3&4 2008, pp.309-325.

Gutierrez, J. J. P., "World Libraries, the Diplomatic Role of Cultural Agencies", *European Review*, 23(03),2015, pp.361–368.

Guttstadt Corry, Turkey, *The Jews, and the Holocaust*, Cambridge University Press, 2013.

Güçlü, Yücel, 'Turkish-German Relations on the Eve of World War Two', *Turkish Studies*, 1(2), 2000, pp.73-94.

-----, "Turkish – German Relations From Montreux to the Second World War", *The Turkish Yearbook of International Relations* (Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı), Sayı: 0 Cilt: 29 ,1999, ss 049-082.

Gülmez, B. Seçkin, "Turkish Foreign Policy as an Anomaly: Revisionism and Irredentism through Diplomacy in the 1930s", *British Journal of Middle Eastern Studies*, 44:1, 2017, pp.30-47.

Güven, E., & Yılmazata, M., "Milli Inkılap and The Thrace Incidents of 1934", *Journal of Modern Jewish Studies*, 13(2), 2014, pp.190–211.

Hale, William, *Turkish Foreign Policy since 1774*, Third Edition, Routledge , 2013.

Hartig Falk, "German public diplomacy: The importance of culture and education", in *The Routledge Handbook of Soft Power*, (ed) Naren Chitty, Li Ji, Gary D. Rawnsley, Craig Hayden, Routledge, 2017, pp.260-271.

Heinrich Böll Foundation, e. V., Annual Report 2017, https://www.boell.de/sites/default/files/web_annual_report_2017.pdf?dimension1=division_stift

Heinrich Böll Foundation, e. V., Annual Report 2018, https://www.boell.de/sites/default/files/annual_report_2018_web_klein.pdf?dimension1=division_stift

Henrikson, K. Alan "What Can Public Diplomacy Achieve?", Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", 2006, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/publicdiplo.pdf>

Herf Jeffrey, *Nazi Propaganda for the Arab World*, Yale University Press, 2009.

Hirsch.Ernst, *Anılarım*, Tubitak Yayınları,1997.

Hirszowicz, Łukasz, *The Third Reich and the Arab East*, Routledge, 2017.

Hülse, Rainer, “The Catwalk Power: Germany's new foreign image policy”, *Journal of International Relations and Development*, Vol.12, No.3,2009, pp. 293-316.

İşçi,Onur, “Russophobic Neutrality: Turkish Diplomacy, 1936-1945”, *Georgetown University*, pHd Thesis, Washington,DC,2014.

-----, *Turkey and the Soviet Union During World War II: Diplomacy, Discord and International Relations*, I.B. TAURIS,2020.

Joseph, A. Ugesh, *The 'Made in Germany' Champion Brands: Nation Branding, Innovation and World Export Leadership*, Routledge,2013.

Jöns, H., “Geographies of international scientific exchange in their political context: The case of visiting scholars to Germany in the second half of the 20th century”, in Nemes Nagy, J. and Jakobi, Á. (eds) *Frontiers of Geography*. Budapest: Department of Regional Geography, Eötvös Loránd University, 2003, pp. 227-247.

Jowett S. Garth, O'Donnell Victoria, *Propaganda and Persuasion*, Sage Publications, 2012, 5th Edition.

Kadıoğlu,Sevtap, “Ankara Yüksek Ziraat Enstitüsü'nde Mülteci Bilim Adamları”, *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, Cilt:9, Sayı:1, 2008,ss.183-197.

Kaiser, Bianca, “50 Years and Beyond: The ‘Mirror’ of Migration:German Citizens in Turkey”, *Perceptions: Journal of International Affairs*, Vol.17, No.2, 2012, pp.103-124.

Kallis, A. Aristotle, *Nazi Propaganda and the Second World War*, Palgrave Macmillan,2006.

Karaca, Emin, *Türk Basınında Kalem Kavgaları*, İstanbul:Gendaş A.Ş.,1998.

Kaştan, Yüksel & Uyanık, Necmi “Türk Araştırma Komisyonu’nun Almanya Çalışma Ziyaretinin I. Dünya Savaşı Öncesi Osmanlı-Almanya Müttefikliğine Etkisi” *Tarihin Peşinde*, Sayı.22, 2019, ss.455-480.

Kelley Robert John, “Between “Take-offs” and “Crash Landings”: Situational Aspects of Public Diplomacy”, in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, (ed.) Nancy Snow, Philip M. Taylor, London and New York: Routledge, 2009.

Kenny Mary, *Germany Calling: A Personal Biography of William Joyce, Lord Haw-Haw*, New Island Books, 2008.

Kersaint, Maïté, “Exploring Public Diplomacy 2.0 – A Comparison of German and U.S. Digital Public Diplomacy in Theory and Practice”, PhD Dissertation, *Faculty for Cultural Studies, European University Viadrina* Frankfurt (Oder), Germany, 2013.

Kersting, N. “Sport and National Identity: A Comparison of the 2006 and 2010 FIFA World Cups”, *Politikon*, 34(3), 2007, pp.277–293.

Koçak, Cemil, *Türk-Alman İlişkileri 1923-1939: İki Dünya Savaşı Arasındaki Dönemde Siyasal, Kültürel, Askeri ve Ekonomik İlişkiler*, 2. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 2013

-----, *Türkiye’de Milli Şef Dönemi 1938-1945*, Cilt.2, 3. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.

Konrad-Adenauer Stiftung, Annual Report 2009 and Perspectives 2010, Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2010.

Konrad-Adenauer Stiftung, Jahresbericht: Einblicke in das Jahr 2018, Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2019, <https://www.kas.de/documents/252038/4521287/Deutschland.+Das+n%C3%A4chste+Kapitel+-+Jahresbericht+2018.pdf/7c0d0886-163e-65a5-4a2d-9d0a9f9edb61?version=1.0&t=1559894535139>.

Konuk, Kader, *East West Mimesis: Auerbach in Turkey*, Stanford, Calif : Stanford University Press, 2010.

Kopp A. Eliot, & Fritz Kuhn, “The American Fuehrer” and The Rise and Fall of the German- American Bund”, Thesis, *Florida Atlantic University*,2010.

Kreiser, Klaus, “Herr Friç’in Halkevi ve Uludağ Maceraları”, içinde Tarihte Bursa ve Almanlar, Malte Fuhrman, Raoul Motika, *Orient Institute und Bursa Araştırma Merkezi*,2016, Bursa: Bursa Kültür A.Ş., 2016, ss.137-157.

Kummer, von Matthias, “Deutsche Praesenz am Bosphorus / Boğaziçi'ndeki Almanya”, *Almanya Federal Cumhuriyeti Başkonsolosluğu*, 2009.

Küçük, Evren, “Türkiye’de Nazi Almanya Propagandasına Bir Örnek: Ankara ve İstanbul’da Alman Mimari Sergileri”, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 2018;6(1):23-38.

Laba, Agnes, “Deutsche Akademie (DA), München. In: Online-Lexikon zur Kultur und Geschichte der Deutschen im östlichen Europa”, 2018. URL: ome-lexikon.uni-oldenburg.de/p32840 (10.02.2020).

Lasswell D. Harold, “The Theory of Political Propaganda”, *The American Political Science Review*, Vol:21, No:3,1927, pp. 627-631.

Leonard Mark, & Stead, Catherine,&Smewing, Conrad, *Public Diplomacy*, Foreign Policy Centre ,2002.

Lewis, Bernard, *Modern Türkiye'nin Doğuşu*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını, 1970.

Lindsay Beverly, “Integrating International Education and Public Diplomacy: Creative Partnerships or Ingenious Propaganda?”, *Comparative Education Review*, Vol. 33, No. 4 ,Nov., 1989, pp. 423-436.

Lucassen A., & Zöllner, O., ‘Researching Audiences in the Arab World: A Multi-Method Approach’, in O. Zöllner (ed.) *Beyond Borders: Research for International Broadcasting* (CIBAR Proceedings, Vol. 2), 2004, pp. 88–101. Bonn: CIBAR.

Macfie, A.L., "The Turkish straits in the second world war, 1939–45", *Middle Eastern Studies*, 25:2, 1989, pp. 238-248.

Malici, A., "Germans as Venutians: The Culture of German Foreign Policy Behavior". *Foreign Policy Analysis*, 2(1),2006, pp.37–62.

Malone D. Gifford, "Managing Public Diplomacy", *The Washington Quarterly*, Vol: 8, No: 3, 1985, pp.199-213.

Manning, J. Martin,& Romerstein, Herbert, *Historical Dictionary of American Propaganda*, Westport: Greenwood Press, 2004.

Martland, Peter, *Lord Haw Haw: The English Voice of Nazi Germany*, Scarecrow Press,2003.

Mauil, H., "Germany and the use of force: still a "civilian power"?" *Survival*, 42(2), 2000, pp.56–80.

Melissen Jan,(ed.) *New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Basingstoke: Palgrave Macmillan,2007.

Michels,Eckard, "Deutsch als Weltsprache? Franz Thierfelder, the Deutsche Akademie in Munich and the Promotion of the German Language Abroad, 1923–1945", *German History*, Volume 22, Issue 2, April 2004, pp. 206–228.

-----, *Von der Deutschen Akademie zum Goethe-Institut. Sprach- und auswärtige Kulturpolitik 1923-1960*, (Studien zur Zeitgeschichte 70), München 2005.

-----, "Goethe-Institut", publiziert am 13.11.2006; in: Historisches Lexikon Bayerns, URL: <<https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Goethe-Institut>>

Michels, H., *Ideologie und Propaganda: Die Rolle von Joseph Goebbels in der nationalsozialistischen Aussenpolitik bis 1939 [Ideology and Propaganda]*, Frankfurt a. Main: Peter Lang Verlag,1992.

Millman, Brock, "Credit and Supply in Turkish Foreign Policy and the Tripartite Alliance of October 1939: A Note", *The International History Review*, 16:1, 1994, pp.70-80.

-----, "Turkish Foreign and Strategic Policy 1934-42", *Middle Eastern Studies*, Vol. 31, No. 3 (Jul., 1995), pp. 483-508.

Misyuk Irina, "Propaganda and Public Diplomacy: The Problem of Differentiation", *Humanities and Social Sciences 2013*, (HSS-2013), 21-23, November 2013, pp.76-77.

Murray Stuart, &Sharp, Paul, & Wiseman, Geoffrey, & Crikemans, David, & Melissen, Jan, "The Present and Future of Diplomacy and Diplomatic Studies", *International Studies Review* (2011) 13, 709–728.

Norton H. Donald, "Karl Haushofer and the German Academy, 1925-1945", *Central European History*, Vol. 1, No. 1, Mar., 1968, pp. 80-99.

Nye S. Joseph, "Public Diplomacy and Soft Power", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol:616, Public Diplomacy in a Changing World, Mar., 2008, pp.94-109.

-----, "Soft Power and Public Diplomacy Revisited", *The Hague Journal of Diplomacy*, 14, 2019, pp.7-20.

-----, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, 2005.

Ociepka, Beata, "Public Diplomacy in the European Union: Models for Poland", *The Polish Institute of International Affairs*, No:5 (88), 2014, pp.1-6.

O.Keohane Robert, & Joseph Nye, "Power and Interdependence in Information Age", *Foreign Affairs*, Vol:77, No:5, Sep.- Oct., 1998, pp.81-94.

Olson, W. Robert, & İnce, Nurhan & İnce, Nuhan, “Turkish Foreign Policy From 1923-1960: Kemalism and Its Legacy: A Review and a Critique”, *Oriente Moderno*, Anno 57, Nr. 5/6 ,Maggio-Giugno 1977, pp. 227-241.

Oran,Baskın (ed.), *Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşı'ndan Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar (Cilt 1: 1919-1980)*, İletişim Yayınları, İstanbul, 15.Baskı, 2009.

Ortaylı, İlber, *Gazi Mustafa Kemal Atatürk*, İstanbul: Kronik Kitap,2018.

-----, *İkinci Abdülhamit Döneminde Osmanlı İmparatorluğunda Alman Nüfuzu*, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1981.

Osgood Kenneth, *Total War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, University Press of Kansas, 2006.

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

Ostrowski Daniel, *Die Public Diplomacy der Deutschen Auslandsvertretungen Weltweit*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Özden, Hakan, “The Diplomatic Maneuvers of Turkey in World War II”, *Karadeniz Araştırmaları Merkezi*, No.37,2013, pp.91-110.

Pamment, Jammes, “West European Public Diplomacy”, in *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*, ed. Mai'a K. Davis Cross&Jan Melissen, Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy,2013,pp 12-37.

Papuçular, Hazal, “İki Savaş Arası Dönem Türk Dış ve Güvenlik Politikasında Oniki Ada,1923-1939”, *International Journal of History*, Vol.9, No.5, 2017, ss.143-154.

Peñalba-Sotorrío, Mercedes, “German Propaganda in Francoist Spain:Diplomatic Information Bulletins as a Primary Tool of Nazi Propaganda, Bulletin for Spanish and Portuguese”, *Journal of the Association for Spanish and Portuguese Historical Studies*, Vol:37, No:1, Article:3, 2012, pp.47-63.

Piller, Elisabeth, "Managing Imponderables: The Rise of U.S. Tourism and the Transformation of German Diplomacy, 1890-1933", *Diplomatic History*, dhz045, 2019, pp. 1-29, <https://doi.org/10.1093/dh/dhz045>

Potter, Evan, "Canada and the New Public Diplomacy", *International Journal*, Vol. 58, No. 1, Winter 2002-2003, pp.43-64.

-----, *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power Through Public Diplomacy*, McGill-Queen's University Press, 2008.

Qualter Terence H. "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt:35, Sayı:01,1980, ss.255-307.

Randal, Marlin, "Jacques Ellul's Contribution to Propaganda Studies", pp. 348-365 in *The Oxford Handbook of Propoganda Studies*,ed. Jonathan Auerbach, Russ Castronovo,Oxford University Press,2003.

-----, *Propaganda and the Ethics of Persuasion*, Broadview Press, 2002.

Reuter, T., "German Cultural Diplomacy in Indonesia: Building Cooperation in a Changing World" (*ifa Edition Culture and Foreign Policy*), Stuttgart: ifa (Institut für Auslandsbeziehungen),2019, <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-62399-2>

Riordan, Shaun, "Dialogue-based Public Diplomacy: a New Foreign Policy Paradigm?", in *New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Jan Melissen,(ed.), Basingstoke: Palgrave Macmillan,2007, pp.180-195.

Ripsman,M.Norrin, & Levy, S.Jack, "Wishful Thinking or Buying Time? The Logic of British Appeasement in the 1930s", *International Security*, Vol.33, No.2,2008, pp.148-181.

Rusu, Maria-Lucia, & Herman, Ramona, "The Implications of Propaganda as a Social Influence Strategy", *Scientific Bulletin*, Vol:23, No:2(46),2018, pp.118-125.

Sark, K., “Fashioning a New Brand of “Germanness”: The 2006 World Cup and Beyond”, *Seminar: A Journal of Germanic Studies*, 48(2), 2012, pp.254–266.

Scott-Smith Giles, “Exchange Programs and Public Diplomacy”, in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ed. Nancy Snow and Philip M. Taylor, London and New York: Routledge, 2009, pp.50-56.

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

Selwyn, Francis, *Hitler's Englishman: The Crime of Lord Haw-Haw*, Penguin Books, 1987.

Semmens, Kristin, ‘Travel in Merry Germany’: Tourism in the Third Reich in John K. Walton, *Histories of Tourism: Representation, Identity And Conflict (Tourism and Cultural Change)*, (ed) John K. Walton, 2005b.

-----, *Seeing Hitler's Germany: Tourism in the Third Reich*, Palgrave Macmillan,2005a.

Sertel, Zekeriya, *Hatırladıklarım*, İstanbul: Can Sanat Yayınları A.Ş.,2.Baskı,2019.

Sharp Paul, “Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy”, in *New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Jan Melissen,(ed.), Basingstoke: Palgrave Macmillan,2007,pp.106- 123.

Şimşek, Halil, “Çanakkale Bağlamında 1934 Trakya Yahudi Olayları”, *CTAD*, Yıl 5, Sayı 9 (Bahar 2009), 137-150.

Smyth Rosaleen, “Mapping us Public Diplomacy in the 21st Century”, *Australian Journal of International Affairs*, Vol:55, No:3, 2010, pp.421-444.

Snow Nancy, “Propaganda”, *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 2018, pp.1-8.

-----, “Rethinking Public Diplomacy” in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, (ed.) Nancy Snow, Philip M.Taylor, London and New York: Routledge, 2009, pp.8.

Socolow, Michael J., *Six Minutes in Berlin : Broadcast Spectacle and Rowing Gold at the Nazi Olympics, Series: Studies in Sports Media*. Urbana: University of Illinois Press, 2016.

Somel, Akşin Selçuk, “Die Deutschen an der „Pforte der Glückseligkeit”:Kulturelle und soziale Begegnungen mit Istanbuler Türken zwischen 1870 und 1918” / “Almanlar Dersaadet’te: 1870-1918 Devresi İstanbul’unda Almanlarla Osmanlıların Kültürel ve Toplumsal Buluşma Deneyimi”, içinde *Deutsche Praesenz am Bosphorus / Boğaziçi’ndeki Almanya*, ed. Matthias von Kummer, Almanya Federal Cumhuriyeti Başkonsolosluğu, 2009.

Steinmeier, Water-Frank, Röportaj, 2014, “The Power of Science”, *Humbolt Kosmos*, No.103,2014, pp.21-23.

Şutiu Lucia Cristina, “Propaganda: How a Good Word Went Wrong”, *Agathos: An International Review of the Humanities and Social Sciences*, Vol: 3, No: 2, 2012, pp. 122-130 (9).

Süoğlu,B.Başak, “Trends in Student Mobility from Turkey to Germany”, *Perceptions: Journal of International Affairs*, Vol.XVII, No.2,2012,pp.61-84.

Swett, Pamela. *Selling Under the Swastika: Advertising and Commercial Culture in Nazi Germany*, Stanford, California: Stanford University Press. 2014.

TBMM Zabıt Ceridesi, Devre.IV, Cilt.21, İçtima.3, 5 Nisan 1934.

-----, Devre.V, Cilt.12, İçtima.1, 11 Haziran 1936.

-----,Devre.V, Cilt.18, İçtima.2, 26 Mayıs 1937 Çarşamba.

-----, Devre.VI, Cilt.2, İçtima.F, 12 Mayıs 1939 Cuma, İkinci Celse.

-----,Devre.VI, Cilt.4, İçtima.1,8 Kasım 1939 Çarşamba.

-----,Devre.VII, Cilt.3, İçtima.F,21 Haziran 1943.

-----, Devre.VII, Cilt.10, İçtima.1, 22 Mayıs 1944.
-----,Devre.VII, Cilt.13, İçtima.1, 2 Ağustos 1944.
-----, Devre.VII, Cilt.13, İçtima.1, 2 Ağustos 1944.
-----, Olağanüstü İnikat,Seçim Dönemi.VII,Cilt.15,Toplantı Yılı.2, 23 Şubat 1945.

Topakkaya, Arslan, “Dünya Futbol Şampiyonası Bağlamında Almanya’da Açığa Çıkan Milliyetçilik (Patriotismus) Akımının Alman Basınına Göre Değerlendirilmesi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007 C.6 S.20 ss.246-259.

Tuch, Hans, *Communicating with the World: US Public Diplomacy Overseas*, New York: St. Martins, 1990.

Uzgel, İlhan “Batı Avrupa’yla İlişkiler:İtalya ile İlişkiler, Almanya’yla İlişkiler”, içinde *Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşı ’ndan Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar (Cilt 1: 1919-1980)*, Ed: Baskın Oran, İletişim Yayınları, İstanbul, 15.Baskı, 2009, ss.292-313.

Uzgel, İlhan & Kürkçüoğlu, Ömer “Batı Avrupa’yla İlişkiler: İngiltere’yle İlişkiler”, içinde *Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşı ’ndan Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar (Cilt 1: 1919-1980)*, Ed: Baskın Oran, İletişim Yayınları, İstanbul, 15.Baskı, 2009, ss.258-277.

VanderLippe, M.John, “A Cautious Balance: The Question of Turkey in World War II”, *The Historian*, Vol. 64, No. 1, FALL 2001, pp. 63-80.

Wehr, Peter, “Christ sein in der Fremde: die Deutschsprachige Katholische Gemeinde in Istanbul zwischen Anpassung und Bewahrung”, 2009, *Religionspaedagogik im Kontext*, Bd.3.

Weisband, Edward, *İkinci Dünya Savaşı ve Türkiye*, Örgün Yayınevi,2002.

Welch, David, & Cull, J. Nicholas, & Culbert, David, *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia 1500 to the Present*, ABC-CLIO,2003.

Welch, David, “Introduction:Propaganda in Historical Perspective” in *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia 1500 to the Present*,

ed. Welch, David, & Cull, J. Nicholas & Culbert, David, Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, 2003.

-----, *Propaganda and the German Cinema 1933-1945* (Cinema and Society), I. B. Tauris, 2001.

-----, *World War II Propaganda: Analyzing the Art of Persuasion during Wartime*, ABC-CLIO, 2017.

Wittlinger, R., & Larose, M., “No Future for Germany’s Past? Collective Memory and German Foreign Policy”, *German Politics*, 16(4), 2007, 481–495.

Wolf, Cameron, “Fritz Kuhn's Nazi America: Kuhn's Growth and Destruction of the German American Bund in the 1930s”, Senior Thesis, *University of Kansas, Department of History*, 2019.

Wood, Steve, “Rebranding the Nation: Germany’s Image Politics”, *International Politics*, 54 (1), 2017, pp.161–181.

-----, “Das Deutschlandbild: National Image, Reputation and Interests in Post-War Germany”, *Contemporary European History*, 2018, pp.1–23.

Yıldırım, Özlem “İkinci Dünya Savaşı Sürecinde Türk Basınında Mihver Taraftarlığı ve Hükümetin Bakışı”, ss.1705-1754, içinde *Türk Basın Tarihi*, Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, 3.Cilt, 2018.

Yılmaz, Mustafa, “Atatürk Dönemi Emniyet Genel Müdürlüğü Raporlarında Nazi Propagandası” *Atatürk Yolu Dergisi*, Cilt.10, Sayı.40, 2007, pp.693-705.

Yukarıç Umut, “A Critical Approach to Soft Power”, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol:6, No:2, 2017, pp.491-502.

Yu, X., Takata, K., & Dryland, E., “Cultural attraction, “soft power” and proximity: the popularity of Japanese language in Hong Kong since the 1980s” *Journal of Cultural Geography*, 29(3), 2012, pp.315–336.

Zaharna R.S., *Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

Zalampas Michael, *Adolf Hitler and the Third Reich in American Magazines, 1923-1939*, Popular Press 1; 1 edition , January 1, 1989.

Zöllner, Oliver. “A quest for dialogue in international broadcasting: Germany’s public diplomacy targeting Arab audiences.” *Global Media and Communication*, Vol.2, No.2, pp.160-182, 2006.

-----, “German Public Diplomacy: The Dialogue of Cultures” in *The Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ed. Nancy Snow, Philip M.Taylor, London:Routledge, Chapter.22, 2009, pp.262-269.

Zurcher, J.Erik, *Turkey: A Modern History*, Revised Edition, I. B. Tauris,2004.

Gazete Kaynakları

Akşam Gazetesi, Cumartesi karikatürleri:23, sayfa.1, 12 Mayıs 1934 Cumartesi, no.5598.

-----, Cumatesi karikatürleri:27, 9 Haziran 1934 Cumartesi, sayfa.1, no.5626.

-----, Cumartesi Karikatürleri:29, sayfa.1, 23 Haziran 1934 Cumartesi, no.5640.

Cumhuriyet Gazetesi, “Berlin’de Bir Türk Futbol Takımı Teşekkür Etti”, 29 Haziran 1938 Çarşamba, No.5074, sayfa.6.

----- “Berlin’de Hazırlıklar Sona Ermek Üzereyken”, 2 Ağustos 1936 Pazar, Sayfa.6, Sayı:4389.

----- “Berlin Olimpiyatları Bugün Açılıyor”,1 Ağustos 1936 Cumartesi, Sayfa.5, No:4388.

----- “Bir nutuk üzerine koparılan lüzumsuz gürültüler”,18 Ekim 1937 Pazartesi, Sayfa.2, No:4825.

-----“Erns Jaeckh Kimdir?”, 11 Ekim 1989, sayfa.6.

----- “Gazi Antep Halkevinin Açtığı Kurslar, 20 Temmuz Pazartesi 1936, Sayfa:6, No:4376.

----- “Hitler, Danzig ve Memeli İstiyor!” 22 Eylül Salı 1936, Sayfa.3, No:4440.

----- “Laf anlayan beri gelsin!”, 20 Birinciteşrin Çarşamba 1937, No:4827.

----- “Propaganda yapan kimdir? Gürültünün içyüzünü meydana vuruyoruz!”, 20 Birinciteşrin Çarşamba, Sayfa.3, No:4827.

----- “Trakya Yahudileri, 6 Temmuz Cuma 1934, Sayfa.6, No.3651.

----- “Türk Gençleri Büyük Merasimle Karşılandı”, 24 Temmuz Cuma 1936, Sayfa.6, No:4380.

----- “Tötonya Kulübünde bir kitap sergisi açıldı”, sayfa.3, 5 Aralık 1938, Sayfa.3, No.5231.

-----“Tötonya Kulübünde Söylenen Nutuklar”, ,13 Mart 1938, Sayfa.8, No. 4966.

Haber Gazetesi, “Bugün Nazi hükümetinin 3’üncü yıldönümüdür: Hitler nutuk söyleyecek”, 30 Sonkanun 1936 Perşembe, Sayfa.1, No.1460.

-----,“Nazi Propagandasına Müsaade Edemeyiz”, 31 İkincikanun 1938 Pazartesi, Sayfa.4, No.2170.

-----, “Şehrimizdeki Almanlar: Tötonya kulübünde toplanarak Hitler hareketini kutluladılar”, 22 Mart Cuma 1935, Sayfa.3, No.1148.

Halkın Sesi Gazetesi, “Asansörde Türkçe Konuşmak keyfiyetinden çıkan bir hadise”, 17 Temmuz 1934 Salı, Sayfa.1, No.1223.

-----, “Berlin Olimpiyatları Açıldı” 3 Ağustos 1936 Pazartesi, Sayfa.1, No.2854.

-----, “Bir Musevi vatandaşların dindaşlarına 101 öğüdü”,
14 Temmuz Cumartesi 1934, Sayfa 1. No:1220.

-----, “Bir Musevi vatandaşın Dindaşlarına 101 öğüdü”, 15
Temmuz Pazar 1934, sayfa 1. No.1221.

-----, “İbrahim Tali Bey Trakya’da Yahudi Muhacereti
Hakkında Beyanatta Bulundu”, 18 Temmuz 1934 Çarşamba, Sayfa.1, No:1224.

-----, “Museviler Türkçe Konuşmaya Çağrılıyor”, 12 Eylül
1934 Çarşamba, Sayfa.4, No.2268.

-----, “Yahudi Atletler Amerika Takımına Girmemeye Davet
Ediliyor”, 13 Ağustos 1934 Pazartesi, Sayfa 4, No.2244.

-----, “Yahudi Düşmanlığı Memleketimize Sirayet Etmedi”,
8 Temmuz 1934, Sayfa.1, No:1215.

-----, “Yalnız Türkçe Konuşulacak: Bunun için Musevi
Gençleri de faaliyette.”, 5 Temmuz 1934, Sayfa.4, No:1213.

İkdam Gazetesi, “Kaza Ditalya, Tötonya Salonlarının İç Yüzü: Bu İki Klüp Nazi
ve Faşist Propagandalarının Merkezidir.” 14 Ağustos 1939 Pazartesi, Sayfa.7, No.1-
211.

Milliyet Gazetesi, “Elaziz Halkevi bir yıl içinde neler başardı?”, 5 Mart Salı
1935, Sayfa.5 No.3258.

-----, “Gazetecilerimiz Almanya’ya çağrıldı”, 2 Nisan Salı 1935,
Sayfa.2, No.3283.

-----, “Tötonyada konser”, 27 teşrinisani Cuma 1931, Sayfa.3,
No.2082.

Tan Gazetesi, 12 İlkkanun Salı 1939, Sayfa.6, No.1568.

-----, 19 Ekim 1937, Sayfa:5, No.889.

-----, 9 Aralık 1939 Cumartesi Sayfa.1, No:1565.

-----, “Almanya’dan Gelen Haberler, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.3, No.997

-----, “Almanyanın Gizli Polisi”, 17 Haziran Cuma 1938, Sayfa.3, No.1125

-----, “Almanya Nasıl Propaganda Yapar?” sayfa.5, 2 Nisan 1938 Cumartesi, Sayfa.5, No.1049.

-----, “Alman Propagandası”, 1 Haziran Çarşamba 1938, Sayfa.5, no.1109.

-----, “Balkanlarda Nazi Propagandası Nasıl Çalışıyor?” Perşembe 21 İlkkanun 1939, Sayfa.1, No.1577

-----, “Bir Facia Kahramanı”, sayfa.10, 6 Nisan Çarşamba 1938, No.1053.

-----, “Bir Kitaptan Doğan Dava Neticelendi”, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.4, No.997.

-----, “Bolu’da: Mötörcülük İçin Kurs Açıldı, sayfa.8, 6 Şubat Pazar 1938, Sayfa.8, No.997.

-----, “Bursanın İctimai Kalkınması”, 8 Nisan Cuma 1938, Sayfa.5, No.1055.

-----, “Bu Suallere Cevap Verebilirler mi?” , 13 İlkkanun 1939 Çarşamba, Sayfa.1, No.1569.

-----, “Bütün Bunlara Lakayt Kalacak Mıyız?”, 12 İlkkanun Salı 1939, Sayfa.1, No.1568.

-----, “Bütün Vatandaşların Türkçe Konuşmaları için Kanun Teklif Edildi”, 6 İkincikanun 1938 Perşembe, Sayfa.1, No.966.

-----, “Çok Lüzumlu Bir Hassasiyet, 19 Ekim 1937 Salı, No:889.

----- “Dahilde Yabancı Propagandaya Set Çekmeliyiz”, Salı 12
ilkkanun 1939, Sayfa.1, No.1568.

-----, “Dikkat ve İhtiyat”, 22 Şubat Salı 1938, Sayfa.5, No.1010.

-----, “Her Goebbels Doğru Söylüyor”,17 İlkteşrin (ekim) 1937
Pazar, Sayfa.5, No:887.

-----, “Kültür Propagandası”, 9 Haziran Perşembe 1938, Sayfa.5,
No.1117.

-----, “Mikrofon Savaşı: Radyo Harbi İçin Senede 20 Milyon lira
Sarfediliyor”, 25 Ocak 1938, Sayfa.7, No.985.

-----, “Milli İstiklal Kavgası”,10 Mayıs Salı 1938, Sayfa.5,
No.1087.

-----, “Türkische Post’a Cevap”, 12 ilkkanun Salı 1939, Sayfa.6, /
Sayfa.1, No.1568.

----- “Türkiye’de Gizli Alman Propagandası”, 9 ilkkanun Cumartesi
1939, Sayfa.6, No.1565.

Türkische Post Gazetesi, “Dünya Dili Olarak Almanca”, 1 Şubat 1933, Sayfa.1,
No:26.

-----, 1 Mart 1933, Sayfa.4, No.50.

-----, 16 Mayıs 1933, Sayfa.3, No.113.

-----, 9 Aralık 1933, Sayfa 3, No.288.

-----, 12 Aralık 1933, Sayfa.3, No.291.

-----, 16 Aralık 1933, Sayfa 4, No.294.

-----, 28 Ocak 1939, Sayfa 4, No:24.

-----, 8 Nisan 1939, Sayfa.4, No.83.

-----,9 aralık Cumartesi 1939, No.298.

-----, 7 Kasım 1941, Sayfa.4, No.306.

Ulus Gazetesi, “Almanların Müsameresi”, 22 Mart Cuma 1935, Sayfa.2, No.4901.

-----, “B.Loyd Corç, 23 Eylül 1936 Çarşamba, Sayfa.5, No:5445.

-----, “Casa d’Italia, Tötonya salonlarının içyüzü”, 15 Ağustos 1939 Salı Sayfa.3.

-----, “İstanbul’da bir Alman kitap sergisi açıldı”, 21 Senteşrin Pazar 1937, Sayfa.5, No.5862.

İnternet kaynakları

“About Space of Culture”, <https://spacesofculture.com/about/>

Alexander von Humboldt Stiftung, “About the Foundation” <https://www.humboldt-foundation.de/web/about-us.html>

Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, “Alman Yurtdışı Okulları ve Türkiye’deki Almanca Eğitimi Veren Okullar” <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/kultur/-/1797674>

Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, “DAAD-Alman Akademik Değişim Servisi” <https://tuerkei.diplo.de/tr-de/themen/kultur/-/1797562>

Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, Kültür Bölümü, <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/vertretungen/generalkonsulat-istanbul/04-kultur/1530410>,

Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, PASCH (Okullar: Geleceğin Ortakları (Schulen: Partner der Zukunft), <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/kultur/-/1797618>

Almanya’nın Türkiye’deki Dış Temsilcilikleri, “Türkiye’deki Alman Yatırımları”, <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/wirtschaft/-/1798700>

“Alman Vakıfları Davası Yarın”, Hürriyet, 2002, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/alman-vakiflari-davasi-yarin-117878>

Almanya-Türkiye Gazetesi: Büyük Türkiye, “Hakkımızda” <http://www.tuerkei-zeitung.de/content/ueberuns/>

Anholt Nation Brands Index 2017, <https://placebrandobserver.com/anholt-gfk-nation-brands-index-2017-highlights/>

-----, 2018-2019 yılı endeksi, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-11/nbi_release_final_november_2019_0.pdf

“Boris Johnson compares Putin and Russia World Cup to Hitler hosting the 1936 Olympics”, Independent, 2018, <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/boris-johnson-putin-russia-world-cup-hitler-olympics-1936-comparison-a8266891.html>

Brown John, Propaganda, Public Diplomacy and the Smith-Mundt Act, HuffPost, 2012, https://www.huffpost.com/entry/propaganda-public-diplomacy_b_1547214

Brown John, Public Diplomacy as a Linguistic Phenomenon, 2011, https://www.huffpost.com/entry/public-diplomacy-as-a-lin_b_852828

Brücke Derneği İstanbul, <http://bruecke-istanbul.com/>

Bytwerk, R. (1998), German Propaganda Archive: Goebbels on British Propaganda, (E.T:24.05.2019), <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb27.htm>

Cull J. Nicholas, Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase, <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>

Deutsche Welle, “Alman eğitimciler endişeli” 22,07,2016, <https://www.dw.com/tr/alman-e%C4%9Fitimciler-endi%C5%9Feli/a-19421010>

-----, 'Made in Germany' 125 yaşında, 2012,
<https://www.dw.com/tr/made-in-germany-125-ya%C5%9F%C4%B1nda/a-16188243>,

Deutsch-Türkische Jugendbrücke, “Buluşturuyoruz”, ss.1-24.
https://jugendbruecke.de/wp-content/uploads/P170096_DTJB-Brosch%C3%BCre_RZ_180809-TUR_Web.pdf

Economist, “Hedefteki Vakıfların Bütçesi 2.5 Milyon Euro”,23 Ekim 2011,
<http://fes-tuerkei.org/media/pdf/Presseberichte/Artikel%20FES%20in%20Economist.pdf>

Elliot Andrew Kim, “Joseph Nye Plugs International Broadcasting Into the Wrong Theoretical Framework”, 2010,
<http://kimelli.nfshost.com/index.php?id=9804>,

Essays, UK, (November 2018), Harold Lasswell’s Narrative Model, Retrieved from <https://www.ukessays.com/essays/media/history-of-harold-lasswells-narrative-model-media-essay.php?vref=1>

Euronews, “Türkiye’de Son 15 Yılda En Çok Hangi Marka Otomobil Satıldı?”, 26.12.2019, <https://tr.euronews.com/2019/12/26/turkiye-de-son-15-yilda-en-cok-hangi-marka-otomobil-satildi>

Federal Ministry of Education and Research, Turkey: The Bridge between Europe and Asia, <https://www.bmbf.de/en/turkey-the-bridge-between-europe-and-asia-2217.html>

Friedrich Ebert Stiftung, “Friedrich Ebert Stiftung (FES) <https://www.fesdc.org/about/friedrich-ebert-stiftung/>

Goethe Enstitüsü, Biz biriz projesi, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/kul/sup/bir.html>, (13.03.2020)

-----, “Görevler ve Hedefler”, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/ueb/auf.html>,

-----, “Hakkımızda: İstanbul”,
<https://www.goethe.de/ins/tr/tr/sta/ist/ueb.html> (10.03.2020)

-----, “İstanbul Almanca Öğretmenleri Toplantısı
2017”, <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/unt/ver/tag.html>, (10.03.2020)

-----, “Neden Almanca Öğrenmeli?: Almanca
Öğrenmek İçin 10 Neden” <https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/wdl.html>

-----, “Uluslararası Almanca Olimpiyatları”
<https://www.goethe.de/ins/tr/tr/spr/unt/ver/ido.html>

“Hablemitoğlu ve Alman Vakıfları”, Ntv,
<http://arsiv.ntv.com.tr/news/193308.asp>

Heinrich Böll Stiftung “Heinrich Böll Stiftung Türkiye”,
<https://tr.boell.org/tr/heinrich-boll-stiftung-dernegi-turkiye-temsilciligi>

Holbrooke,Richard, “Get the Message Out”, The Washington Post, 2001,
<https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2001/10/28/get-the-message-out/b298b3c9-45b8-45e2-9ec7-20503dd38802/>

Humbolt Bursları istatistiksel veri, <https://www.humboldt-foundation.de/web/statistics.html>

Hürriyet Gazetesi, “Mesleki gelişim için Almanya’ya gidecekler”, 21.06.2019,
<https://www.hurriyet.com.tr/egitim/mesleki-gelisim-icin-almanyaya-gidecekler-41251287>

-----, “Üç Akademisyen Humbolt Bursiyerleri
Derneği Yönetim Kurulu’nda”, 27.11.2017, <https://www.hurriyet.com.tr/egitim/uc-akademisyen-humbolt-bursiyerleri-dernegi-yonetim-kurulunda-40659612>

Independent, “Slogan for German feelgood campaign was used by Nazis”
<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/slogan-for-german-feelgood-campaign-was-used-by-nazis-329451.html>, 2005

İstanbul Post, <http://www.istanbulpost.net/index.php/news/about>,

Konrad Adenauer Stiftung, <https://www.kas.de/tr/web/tuerkei/hakk-m-zda>

Lane, Report on Wilton Park Conference, Public Diplomacy: Key Challenges and Priorities, 12 March 2006.

Maviblau, <http://www.maviblau.com/16/10/2016/maviblau-hakkinda/>

Michels,Eckard, “Deutsche Akademie” , 1925-1945, 2006; in: Historisches Lexikon Bayerns, URL: <https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Deutsche_Akademie,_1925-1945>

Nye Joseph, Think again: Soft Power, Foreign Policy 22/2, 2006, <https://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>

-----, Propaganda Isn't the Way: Soft Power, 2003, <https://www.belfercenter.org/publication/propaganda-isnt-way-soft-power>

-----, What China and Russia Don't Get About Soft Power, 2013, <https://foreignpolicy.com/2013/04/29/what-china-and-russia-dont-get-about-soft-power/>

-----, How Sharp Power Threatens Soft Power, 2018, <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2018-01-24/how-sharp-power-threatens-soft-power>

-----, American Soft Power in the Age of Trump, 2019, <https://www.project-syndicate.org/commentary/american-soft-power-decline-under-trump-by-joseph-s-nye-2019-05>

Orient-Institut İstanbul'in resmi internet sitesi, <https://www.oiist.org/tr/institut/>

Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, “Relations between Turkey and the Federal Republic of Germany”, <http://www.mfa.gov.tr/relations-between-turkey-and-the-federal-republic-of-germany.en.mfa>

Snow Nancy, Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Persuasion, 2012, <https://www.e-ir.info/2012/12/04/public-diplomacy-and-propaganda-rethinking-diplomacy-in-the-age-of-persuasion/>

Teutonia Derneği'nin resmi internet sitesi , <http://teutonia-istanbul.com/>

The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power, Portland, USC Center on Public Diplomacy, 2019, pp.1-125. <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>

Trakya Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu, “Trakya Üniversitesinde Almanca Öğretmenler Gününe Davet”, <https://ydyo.trakya.edu.tr/news/trakya-universitesinde-almanca-ogretmenler-gunune-davet> (10.03.2020)

Türk-Alman İş ve Eğitim Enstitüsü, ‘DTI Nasıl Kuruldu, DTI Ne yapıyor?’ <https://www.dti-mannheim.de/Dernek.html>

Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı, “2002-10-24 Alman Vakıfları Soruşturması Tamamlandı”, <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=21735>