PROPAGANDA ARACI OLARAK RADYO

Necla ODYAKMAZ*

Abstract

Recently, the sources of information mass communication media have changed. In addition the techniques of the transferring the information have changed as well. That change makes propaganda as an ordinary part of the mass communication media.

This article, describes how the propaganda became important of our daily life and as well for the governments; discusses radio as a medium for the transmission of political propaganda during the II. World War; focuses on the role of radio propaganda in Afghanistan.

Dünyadaki gelişmelerden, değişimlerden televizyon, radyo, gazete, internet ve filmler sayesinde anında haberdar oluyoruz. Bu enformasyon bombardımanı altında Amerika’dačı terör, Paris’teki moda günleri, Çin’de doğan boşluklar biz istesek de istemesek de evimize konuk oluyor. Bu enformasyon,
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DERGISİ/ Propaganda Aracı Olarak Radyo


Kitle iletişim araçlarının sayısal ve nitelik olarak artması toplumsal yaşamda enformasyonun önemi arttırmakla birlikte, insan yaşamındaki vazgeçilmezler arasında üst sıralara yükseltti.. Kitle iletişim araçları, gelişmeleri, olabilecek en kısa sürede yeniden biçimleyerek, kurgulayarak izleyicisine, okuyucusuna ve dinleyicisine ulaştırıyor. Öyle ki, bir gün gazete okumayan, televizyon seyretmeyen çağdaş insan, kendini dünyadan soyutlanmış hissetmeye başladı. Bu da enformasyona şartlanmış olmanın bir göstergesi. Enformasyonu sanal gerçeklik boyutuna çeken ve “bilgi bombardımanı, reklama ve teknolojiye dayalı forcing, kitle iletişim araçları, aşırı hayranlık ya da panik, hepsi
birenl den sanalığı ve bunun etkilerinin bir tür toplu halüsinsasyonuna katkıda bulunmaktadır”1 diyen Fransız Düşünür Jean Baudrillard, bilişimin sahneye çıkmasıyla tarihin akışının, yapay zekanın ortaya çıkmasıyla da düşüncenin bittiğini söylüyor.

Yapay zeka ortamında yaşayan ve kendine ait düşünce olmayan bir toplumu denetim altına almak, biçimlendirmek, birey veya grupların tepkilerini kendi çıkarlan doğrultusunda yönlendirmek son derece kolaydır. İşte kitle iletişim araçları bu aşamada devreye girer ve yaratıkları bu ortamda propaganda bombardmanıyla halkı yönlendirirler. 11 Eylül saldırı sonrası dünya kamuoyuna sunulan görüntüler, verilen haberler Amerika’yı Afganistan’a saldırması için haklı çıkarmak adına düzenlenmiş, bilinçli bir şekilde hazırlanmış propaganda çalışmalarındır. Sonuçta hiç kimse Amerika’yı haksız bulmadı, tek tük çatı sahne sesleri çıksa da, Amerika’nın Ladin’in suçlu olduğunu belgeleyen kanıtlarını tereddütsüz kabul etti. Bu kabulde kitle iletişim araçlarının gücü tartışılmaz.

Baudrillard “bugün, biz sanal olan düşünmüyoruz, sanal olan bizi düşünüyoruz. Bizi gerçeklikten kesin bir biçimde ayırman bu algılanması olanaksız şeyfahlık, bir sineğin pencere camına çarpması ve çarpmca, kendisini dış dünyadan ayırın şeyin ne olduğunu bilememesi kadar aklı sığmayaçak bir şey. Sinek kendisinin uzamına son veren şeyin ne olduğunu imageyemez bile. Aynı şekilde, biz de, sanallığın, dünya hakkında zihnimize tasvir olan her biçim, sanki ona el uzatılmışçasına ne kadar

---

1 Jean BAUDRILLARD, Çifte Soykırım, Tam Ekran, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Temmuz 2001, s:97
değiştirdiğini imgeleyemiyoruz. İmgeleyemiyoruz, çünkü sanallığın özelliği, yalnızca gerçekliğe son vermek değil, aynı zamanda gerçek olanın, siyasal olanın, toplumsal olanın imgelenmesine de son vermektir.” diyor.

Kitle iletişim araçlarının günlük yaşam içinde bu denli önem kazanması ve etkinlik alanını artırmak bizim gerçek dünyayla bağımızı koparmamıza neden oluyor. Bizim gerçekliğimiz televizyonda gördüğümüz veya radyoda dinlediğimiz gerçeklik oluyor. Yani kitle iletişim araçları insanlığı içine alan ve oradan kurtulup gerekği gormelerini engelleyen bir matrix. Öyle ki bunu “eğlence ve boş zamanı değerlendirmeye aracı” adı altında gerçekleştireyor ve kendini vazgeçilmez kılmıyor.

Toplumu gerçek dünyadan koparıp, kendi gerçekini kabul ettirme güçüne sahip bir medya, hiç kuşkusuz tek başına değildir. Kutsal çıkarları uğruna medyayı destekleyen ve onu kullanan güçler vardır. Rekabetçi piyasa koşullarında reklam ve propagandanın sınırsız yansıtıcıları olan kitle iletişim araçları ise, yaşamın her kesiminde söz sahibi olabilmek için savaşmakta ve uygarlık için sağladıkları kolaylıklarla bir anda zihnimize egemen olmaya çalışan yaratıklara dönüşmektedir.

Yirminci yüzyılın büyük bir bölümünde kitle iletişim araçları arasında özellikle radyonun en güçlü uluslararası iletişim aracı olduğu sorgusuz kabul edildi. 2. Dünya Savaşı sırasında radyonun propagandadaki gücünü fark eden Nazi Almanyası ve batılı güçler radyo aracılığıyla karşılıklı psikolojik savaş başlatmışlar ve

2 Jean BAUDRILLARD, Çifte Soykırım, Tam Ekran, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 2001, s:93

Nazi Almanyası tarafından başlatılan radyo savaşı Fransa, İngiltere ve Amerika tarafından derhal kopya edildi. Üstelik "24 Şubat 1942'de yayın hayatına başlayan Voice of America (VOA) adeta ABD birliklerinin propaganda alanında destek kuvveti olarak çalıştırıldı. Daha sonra da yayınlarını komünist rejimin olduğu Doğu Avrupa, Sovyetler Birliği ve Çin Halk Cumhuriyeti'ne yönelik olarak yoğunlaştırarak sürdürdü." 4 Halen 53 dilde dünyanın dört bir yanına yayın yapan Voice of America, yayınlarını soğuk savaş yıllarında daha çok Sovyetler Birliği üzerine yoğunlaştırdı.

VOA, komünizmin en güçlü kalelerinden Küba'ya 20 Mayıs 1985'te Radio Marti adıyla yayın yapmaya başladı. 13.3 milyon dolarlık bütçeye ve 108 personele sahip Radio Marti, 7

4 Nurdoğan RİGEL, İleti Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul 2000, s:104


Son yıllarda ise gezegenimizdeki milyonlarca dinleyicinin evine ve hatta beynine girmenin en kısa ve hızlı yolu olarak radyo seçildi. Radyonun bu gücü nereden geliyor? Televizyonun varolduğu bir dünyada radyo neden daha önemli? “Göz saldırgan bir organ olarak işlerken, kulak edilen bir alımama organı olarak

---


8 Barry SANDERS, Öküzün A’sı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1999, s:30
Amerika Radyoya Savaşıyor


Soğuk Savaşın galibi olarak çıkan ABD, kendisine 40 yıllık bir mücadelein sonunda bu başarıyı getiren radyoyu Afganistan’da da unutmamıştı. 7 Ekim 2001’de başlayan operasyon, gece füze atmaları, gündüz de yiyenek ve radyo paketleri sağanağıyla sürdü.

Noam Chomsky'nin dediği gibi, propaganda amaca uygun olarak görevini yerine getirmeye başlamıştı. 10

Kaynakça
- BAUDRILLARD Jean, Çifte Soykırım, Tam Ekran, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Temmuz 2001
- DOHERTY Martin, Black Propaganda by Radio: The German Concordio Broadcasts to Britain 1940-1941, Historical journal of Film, Radio & Television, 1994
- RİGEL Nurdoğan, İleti Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul 2000
- SANDERS Barry, Ökızün A'sı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1999