

Bir propaganda aracı olarak radyo

Gülcennet Öztürk*

Özet

Kitle iletişim araçları toplumsal dönüşümlerde ve ilişkilerde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu araçlar zaman zaman bireylerin ve toplumların bilgilendirilmesinin yanı sıra, siyasal aktörlerin propagandaları için de kullanılmaktadır. 20. yüzyıla sınırlandırılan bu çalışmada, dönemin en önemli iletişim araçlarından biri olan radyonun propaganda amacıyla nasıl kullanıldığı ele alınmaktadır. Bu kapsamda Bolşevik Devrimi'nden itibaren Hitler Almanya'sı ve Soğuk Savaş süreci anlatılmaktadır. İki kutuplu bir dünya düzeninin oluşmasına zemin hazırlayan Bolşevik Devrimi'yle beraber, propaganda işlevini yerine getiren radyonun, karar vericiler açısından nasıl değerlendirildiğini saptamayı amaçlayan bu çalışmada, kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmalar da göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda ana akım iletişim çalışmaları ve Frankfurt Okulu kuramcılarının yaklaşımlarına değinilmiştir. Çalışma neticesinde radyonun kendi fikirlerini yayabilmek için Hitler Almanya'sı, ABD ve SSCB tarafından propaganda amacıyla yoğun olarak kullanıldığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Propaganda, radyo ve propaganda, kitle iletişimi, Soğuk Savaş.

Radio as a propaganda tool

Abstract

Mass media play an important role in social transformations and relationships. These tools are used from time to time to inform individuals and societies, as well as to propagandize political actors. This study, limited to the 20th century, deals with how the radio, one of the most important communication tools of the time, was used for propaganda purposes. In this context, Hitler Germany and the Cold War process are described since the Bolshevik Revolution. This study, which aims to determine how the radio, which fulfills the function of propaganda, is evaluated in terms of decision makers, together with the Bolshevik Revolution, which laid the groundwork for the formation of a bipolar world order, was also taken into account in research conducted on the effects of mass media. In this context, the mainstream communication studies and approaches of the Frankfurt School theorists are mentioned. As a result of the study, radio was extensively used by the Hitler Germany, US and Soviet Russia to propagate their own ideas.

Keywords: Propaganda, radio and propaganda, mass communication, Cold War.

Giriş

İnsan, kendini haklı gösterebilmek için kanıtlar sunmaya meyilli bir yapıya sahiptir. Bu yapı kimi zaman bireysel ilişkilerin dışında, bütün dünyayı etkileyebilecek durumlarda da kendini açıkça göstermektedir. İnanışlarını, evrensel bir doğruluk gömleği biçerek bütün dünyaya yansıtmak isteyen insan 'propaganda' adını verdiğimiz bir iletişim şeklinin doğmasına neden olmuştur. Bu iletişim şekli de sıcak ya da soğuk bütün savaş dönemlerinde yandaş bulabilmek için kullanılmış, 20. yüzyıl boyunca da her alanda dünyanın karşısına çıkmıştır.

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi, e-posta: gulcennetozturk@gmail.com

Temelde ikna etme üzerine kurulu olan propaganda, tarafların kendilerini kamuoyunun gözünde olumlu bir yerde tutabilmek için başvurdukları bir yoldur. Bu yolda kanlı savaşların taraftar kazanmaya yetmediğini gören aktörler, iletişim araçlarının gücünden faydalanarak, kansız ama daha etkili bir araç kullanmayı tercih etmiştir: Propaganda...

20. yüzyıl dünya tarihinde önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde iki kutuplu dünya düzeni, soğuk savaş yılları, siyasal kutuplaşmalar, siyasal dönüşümler ve iletişimin başlı başına bir bilim alanı olarak kabul edilmesinin çok önemli siyasal, sosyal, toplumsal ve ekonomik sonuçları olmuştur.

Eric Hobsbawn (1996: 16-17) '1980'lerin sonunda parçalanmış dünya 1917 Rus Devrimi'nin etkisiyle biçimlenen dünya idi' cümleleriyle 20. yüzyıla dair önemli bir saptamada bulunmaktadır. 'Aşırılık Çağı' olarak ifade edilen bu zaman dilimi topyekûn savaşların cephe gerisinde sürdürüldüğü bir döneme tekabül etmekte, bu dönemin ayak izleri de Bolşevik devriminin başlangıcında görülmektedir. Bu dönemi daha görünür kılan ise kitle iletişim araçlarının kullanım şekli olmuştur.

20. yüzyılın başından Soğuk Savaş'ın sonuna kadar olan dönemde kitle iletişim araçları karar vericiler olarak adlandırabileceğimiz iktidarlar ya da siyasal aktörler tarafından zaman zaman propaganda aracı olarak kullanılmış bu vesileyle de egemenliklerin pekiştirilmesine katkı sağlamıştır. Özellikle totaliter rejimlerde karar vericiler kitle iletişim araçlarını daha fazla insana ulaşabilmenin bir aracı olarak kullanmıştır. Toplum da bu süreç çerçevesinde kimi zaman manipülasyona maruz kalmış, kimi zaman ise sisteme gönüllü bir katılım sağlamıştır.

Bu dönemde yaşanan gelişmeler bazı iletişim kuramcıları tarafından dikkatle incelenmiştir. İletişim alanında yapılan araştırmalar bazen toplumun ne derece etkilendiğini ortaya koymuş, bazen de bu araçların sanıldığı kadar etkili olmadığı sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra, bu süreçte iletişim araçlarına eleştirel yaklaşımlar sergileyen kuramcılar da varlığını korumuştur.

Bu kapsamda iletişim araştırmaları 'kitle iletişimi halka ne yapar' sorusuna yanıt ararken daha sonra Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı geliştirilmiş bu defa da 'halk kitle iletişimi ile ne yapıyor' sorusu anlam kazanmıştır. İzleyicilerin, iletişim araçlarını ve içeriklerini gereksinimlerine göre seçtiklerini ortaya koyan bu yaklaşım 'aktif izleyici' savını getirmiştir. Buna göre, insanlar çevrelerine etki yapan aktif ajanlar olarak kabul edilmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 155). Yapılan araştırmalar kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkisini saptamanın yanı sıra, bireylerin de bu araçlardan kendi faydaları doğrultusunda yararlandığını göstermektedir.

Kitle iletişim araştırmalarında üç temel dönüşümden söz edilmektedir. Bu kapsamda birinci evrede, faaliyet merkezi Avrupa olan kitle kültürü ve kitle toplumu tartışmaları yaşanmıştır. Bu kapsamda kitle iletişim araçlarını yüksek kültürü tehdit eden; kitleler üzerinde dolaysız ve güçlü bir etkiye sahip; kitle kültürü ürünlerini savunmasız ve edilgen kitlelere dayatan kurumlar olarak değerlendiren düşünceler bulunmaktadır. İkinci evre ise, 1940'lı yıllarda başlayan, 1950'li ve 1960'lı yıllarda alana hakim olan, ana akım (mainstream) yaklaşım çerçevesinde, Amerikan toplumsal bilimlerinin davranışçı eğiliminin alana yansması şeklinde nitelenen çok sayıda ampirik çalışma yapılmıştır. Üçüncü evre ise bu ana akım yaklaşımın öncüllerine yöneltilen

eleştirilerle birlikte, toplumsal iktidar ilişkilerini ve bunların yeniden üretiminde medyanın rolünü sorgulayan eleştirel çalışmalar yapılmıştır (aktaran Uyanık, 2016: 60).

20. yüzyılda yaşanan savaşlar, baskın siyasal aktörler, ekonomik krizler bütün bu kitle iletişim araştırmalarının tetiklenmesinde önemli bir etken olmuştur. Dünya üzerinde yaşanan çalkantılar topluma yansıkça, toplum da kitle iletişim araçlarının kullanım biçimini belirlemiştir. Bu süreçlerde en fazla ön planda olan kavram ise “Propaganda” olarak karşımıza çıkmaktadır. Dönemin kitle iletişim aracı olan radyo da propagandanın kitlelere ulaştırılmasında olağanüstü bir güce sahip olmuştur. Karar vericiler olarak ifade edebileceğimiz siyasal aktörler bu gücü sonuna kadar kullanmaktan çekinmemiştir.

Siyasal aktörlerin propaganda amacını kolaylaştıran teknolojik atılımlar kitle iletişim araçlarının gelişmesinin en önemli tetikleyicisidir. Bu araçların etkileri ve işlevleriyle ilgili günümüze dek çeşitli araştırmalar yapılmış ve bunun sonucunda bazı kuramlar ortaya atılmıştır. Unutulmamalıdır ki; iletişim aynı zamanda mesajlar yoluyla gerçekleştirilen bir etkileşim biçimidir. Kitle iletişim araçları da üretilmiş mesajların iletiminde etkin bir güç konumundadır. Bu mesajlar kimi zaman propaganda niteliğindedir. Siyasal propaganda üzerine yapılan araştırmalarda bu kavram “kolektif tutumların yönetimi” olarak da tanımlanmaktadır. Dolayısıyla propagandanın kitleleri yönlendirmek gibi bir işlevi bulunmaktadır.

20. yüzyılda gerçekleştirilen ana akım iletişim araştırmalarıyla beraber çeşitli savlar ortaya atılmıştır. Kuramcılar bazen bu araçların bireyler üzerinde yoğun etkisi olduğunu savunmuş, bazen de bu etkilerin sanıldığı kadar güçlü olmadığı sonucuna varmıştır. Öte yandan kitle iletişim araçları ile ilgili eleştirel yaklaşımlar da sergilenmiştir. Ancak önemli olan nokta dönemin kitle iletişim araçlarının hangi grup tarafından ne amaçla kullanıldığı ve bu kullanım biçimlerinin, konuyla alakalı araştırmaları nasıl etkilediğidir.

20. yüzyıla sınırlandırılan bu çalışma, Soğuk Savaş'ın sonuna kadar olan dönemde, kitle iletişim araçlarının işlevlerinin algılanışını karar vericiler açısından değerlendirmektedir. Bu yapılırken de propagandanın radyo aracılığıyla nasıl kullanıldığı anlatılmış ve kitle iletişim araştırmalarına ilişkin bilgi verilmiştir. Çalışmanın amacı kitle iletişim araçlarından biri olan radyonun Hitler Almanya'sı, ABD ve SSCB tarafından propaganda amacıyla nasıl kullanıldığını saptamaktır.

İletişim araştırmaları, radyo ve propaganda ilişkisi

İletişim toplumsal bir eylemdir. Bu eylemin gerçekleşmesini sağlayan ise kitle iletişim araçlarıdır. Toplumsal ve uluslararası ilişkilerin geliştirilmesi kitle iletişim araçlarının gelişimiyle mümkün olmaktadır.

İletişim konusu XX. yüzyılın başlangıç döneminde gündeme gelmiştir. Bu dönem son derece önemli ve çarpıcı olayların yaşandığı bir dönemdir. Bu olayların siyasi boyutunun yanında önemli ortak noktası geniş halk yığınlarını ilgilendiren yönlerinin bulunmasıdır. Geniş halk kesimleri ya doğrudan doğruya aktif bir biçimde bu siyasi, askeri ve toplumsal olaylar içinde yer almışlar, ya da yine bu olayların doğurduğu siyasal çerçevede bilinçli bir şekilde denetim altında tutulmak, yönlendirilmek, biçimlendirilmek, hatta manipüle edilmek istenmişlerdir. Bu yüzden de söz konusu dönemde basının yanında geniş halk kesimlerine hitap edecek sinema ve özellikle radyo ve televizyon gibi yeni kitle iletişim

araçları geliştirildiği gibi, kitle iletişimi de ilk kez bilimsel yöntemlerle incelenen bir alan olarak karşımıza çıkmıştır (Tüfekçioğlu, 1997: 39).

Bu tarihten sonra da iletişim araştırmaları, dönemin kitle iletişim araçları göz önünde bulundurularak sürdürülmüştür.

Birinci Dünya Savaşı, özellikle propaganda açısından iletişim çalışmalarının gelişmesinde etkili olmuştur. İkinci Dünya Savaşı ise bu yöndeki çalışmaların çoğalmasını tetiklemiştir. Kitle iletişim araştırmaları ile alakalı çalışmaların başlamasında Birinci Dünya Savaşı'nın meydana getirdiği koşulların yanı sıra, ABD'de radyo ve televizyonların yaygınlaşması da etkili olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısında iletişim araçlarının kitleler üzerinde yarattığı etki merak konusu olunca, konuyla ilgili araştırmalar da gecikmemiştir. Ancak "Lang'a (aktaran Mutlu, 2005: 14) göre iletişim araştırmalarının başlangıcı, Sanayi Devrimi'nin yaşam biçimlerinde neden olduğu köklü değişikliklerin oluşturulmaya başlandığı 19. yüzyıldır". Bu yüzyıldan sonra iletişim ve toplum gelişimini tüm hızıyla sürdürmüştür.

İletişim konusunda yapılan bilimsel çalışmalarda 20. yüzyıl önemli bir dönüm noktası olmuştur. Dünya savaşlarının yanı sıra, 1929 yılında yaşanan ekonomik kriz toplumsal ve siyasal dönüşümde etkili olmuştur. Her alanda büyük krizler yaşayan dünya, iletişim üzerine daha fazla düşünmeye başlamıştır. Bu nedenle iletişimle ilgili çalışmalar özellikle 1930'lu yıllarda ABD'de yoğunlaşmıştır.

Bireyleri ilgilendiren toplumsal yaşama dair tüm olay ya da gelişmeler kitle iletişim araçları tarafından aktarılmaktadır. Bu durum kitlelerin bu araçlara hangi gerekçelerle yöneldikleri sorusunu da beraberinde getirmektedir. "İletişimin toplumun farklı düzeylerinde farklı kullanım biçimleri bulunmaktadır. Bu yönde en genelleyici olan Burton ve Dimpleby'nin çalışmalarıyla ortaya çıkan iletişimin 5 ayrı kullanım biçimi; kişinin içsel iletişimi, bireyler arası iletişim, grup iletişimi, kitle iletişimi ve kişi dışı iletişim olarak tanımlanmaktadır" (Gönenç, 2003: 33). Bu kullanım biçimleri elbette dönemin koşullarından da etkilenmektedir.

Kitle iletişim araçlarının yeryüzünde meydana getirdiği etki kitle iletişimi konusunu daha da önemli bir hale getirmiştir. Kitle iletişimi konusunda yapılan çalışmalar da genel olarak ABD'de basın, sinema ve radyo ile karşımıza çıkmaktadır. İletişim alanında yapılan bazı araştırmalar kuramsal açıklamalara olanak sağlamıştır. Bu çalışmalar sonucunda medyaya ilişkin Otoriter, Liberal, Toplumsal Sorumluluk, Sosyalist, Gelişmeci ve Demokratik Katılımcı Kuram geliştirilmiştir.

Bunun yanı sıra "Kitle iletişiminde ilk araştırma, Harold Laswell'in 1927'deki Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri (The Propaganda Techniques in The World War) adlı yapıtıdır. Laswell savaşta fikir yönetimini devletin ele aldığını ve propaganda ile sosyal dayanışma yaratıldığını ileri sürdü. Böylece psikolojinin uyarıcı-tepki kuramı iletişimde kullanılmaya başlandı" (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 45). Böylece iletişim alanında yapılan araştırmalarda önemli bir adım atıldı. Toplumsal ve siyasal gelişmeler kitle iletişim araçlarına da yansımakta, ya da başka bir ifadeyle kitle iletişim araçları toplumsal ve siyasal gelişmelere etki etmektedir. 20. yüzyılın ilk yarısında, Birinci Dünya Savaşı'nın ardından yaşanan gelişmeler, 1930'larda yaşanan ekonomik kriz ve yükselen faşizmin yanı sıra toplumsal mücadele de varlığını korumuştur. Sovyet Rusya'nın varlığı, Nazi Almanyası ya da dünyanın bazı ülkelerinde yaşanan baskıcı rejimler çeşitli siyasal ve sosyal çalkantılara da neden olmuştur.

Kitle iletişim araçları ile ilgili çalışmalar birbirini tetikler nitelikte olmaktadır. İletişimin bir bilim dalı haline gelmesinde Hovland, Katz, Klapper, Lazarsfeld ve Laswell gibi isimlerin araştırmalarının önemli katkıları bulunmaktadır. Bu araştırmalarda Kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışları değiştirmede ne gibi etkileri olduğu incelenmiştir. “Kitle iletişim alanındaki ampirik araştırmalar yaygın olarak 1930’lu yıllarda başlamıştır. 1920’lerden itibaren Amerika Birleşik Devletleri’nde radyonun gelişmesi ve reklamcılığın güç kazanması kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri olduğu savını kuvvetlendirmiştir. Denetimli denek gibi örneklem araştırmaları ise 1936 yılında başlamıştır” (Işık, 2005: 13). Bu tarihten sonra da iletişim araştırmaları, dönemin toplumsal koşullarını göz önünde bulundurarak sürdürülmüştür.

Kitle iletişim alanındaki teori ve modeller bir öncekini geliştirmek suretiyle ilerleme göstermiştir. Geliştirilen ilk modellerde iletişim tek yönlü bir süreç olarak düşünülmüş daha sonra ise çift yönlü olduğu saptaması yapılmıştır. “İletişimle ilgili kuramlar aslında Chicago ve Iowa Okulu geleneğinin çalışmalarında 1900’ün başlarında ortaya çıktı. Fakat iletişim kuramı adı taşıyan ve anayol yaklaşımların çerçevesini belirleyen kuram 1940’ların sonunda Claude E. Shannon ve Warren Weaver tarafından “İletişimin Matematiksel Kuramı” olarak ortaya atıldı” (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 58). Öte yandan İkinci Dünya Savaşı sırasında yapılan propagandanın etkileri, alan ve laboratuvar araştırmalarıyla araştırılmıştır. Ayrıca İkinci Dünya Savaşı sırasında ileti ve göndericinin ikna etme ve öğrenmedeki etkisini incelemek için deneyler yapılmış, propaganda filmlerinin etkisi, algının öğeleri gibi konular üzerinde de durulmuştur.

Kitle iletişim araçlarının etkileri çeşitli nedenlerle dönemsel olarak farklılık göstermektedir. 1910’lu yıllardan 1940’lı yıllara kadar olan dönemde kitle iletişim araçlarıyla ilgili güçlü etkiler dönemi yaşanmış, toplumsal araştırmacılar bunu sihirli mermi kuramı ile açıklamıştır. 1940’lı yıllarda ise ABD’de gerçekleştirilen başkanlık seçimlerinde kitle iletişim araçlarının vatandaşların oy kullanımına olan etkileri araştırılmış ve bu araçların sanıldığı kadar güçlü olmadığı tespit edilmiştir. Böylece sınırlı etkiler kuramı ortaya atılmıştır. 1960’lı yıllardan sonra ise güçlü etkilere yeniden dönüşün söz konusu olduğu saptanmıştır.

Bütün bu süreçlerde yaşanan iletişim araştırmaları çeşitli kuramcıların katkılarıyla geliştirilmiştir. “Harold D. Laswell’in iletişim alanına katkıları “Kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle söyler” formülü ile ortaya çıkar” (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 71). Kitle iletişim araştırmalarının sonuçlarını anlayabilmek için, araştırmaların yapıldığı dönemlerin koşullarının da nesnel bir biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir.

1940’lı yıllar aslında küreselleşmenin de yaşandığı yıllardır. Çünkü bu dönemde yavaş yavaş uluslararası örgütlenmelerin olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra toplumsal değişimler de kitle iletişim araştırmalarına kaynaklık etmiştir. ABD’de 1940 ve 1948 yıllarında yapılan başkanlık seçimleri de bu araştırmalara örnek teşkil etmektedir. Bu araştırmalarda aynı kişilerle defalarca mülakat yapılarak, seçmenlerin oy kullanma tercihlerinin nasıl etkilendiği saptanmaya çalışılmıştır.

Öte yandan kısa dalga radyo yayınlarıyla 1950’lerde uluslararası radyo savaşı başlamıştır. Radyo ile soğuk savaş propagandası uluslararası iletişim kavramını ortaya

çıkarmış ve radyo propagandası ile etki araştırmaları başlatılmıştır. Kitle iletişim araçları ile ilgili yapılan araştırmalar beraberinde kitle toplumu ve kitle kültürü gibi kavramlar da getirmiştir. Ayrıca tüm bu gelişmeler kitle, reklam ve iletişim bağlantısını da düşündürmektedir. “Katz ve Lazarsfeld’in Amerika Birleşik Devletleri’nde yaptıkları bir araştırma, kitle haberleşme araçları ile yapılan ticari reklamların bireyleri doğrudan değil, daha çok grup dinamiği içinde etkilediğini ortaya koydu. Reklamdan doğrudan etkilenen kişi, onu komşularıyla, üyesi olduğu çeşitli küçük grupların öğeleriyle tartışıyor, paylaşıyor ve reklamın asıl etkisi o zaman ortaya çıkıyordu” (Kışlalı, 2003: 206). Bireyler bazen kitle iletişim araçlarından aldıkları iletiyi, toplumun geri kalanının bakış açısını da göz önünde bulundurarak sindirirler. Dolayısıyla tek bir bireyi bile etkileyebilmiş ileteler, toplumun genelini etkileme potansiyeline her daim sahiptir. O nedenle kitle iletişim araçları dün olduğu gibi yarın da egemenler için vazgeçilmez konumda olacaktır.

Kitle iletişimi ve kitle iletişim araçları ile ilgili araştırmalar yapılırken yoğun eleştirel tartışmalar da yaşanmıştır. Bu eleştirilerin içinde en dikkat çekenini ise Frankfurt Okulu tarafından gerçekleştirilmiştir. Özellikle kültür endüstrisi üzerinde duran Frankfurt Okulu, 1923 yılında Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü adıyla Felix Weil’in parasal katkılarıyla kurulmuştur. İletişim alanında yoğun eleştirileriyle bilinen Frankfurt Okulu’nun en önemli isimleri arasında Horkheimer ve Adorno bulunmaktadır. Frankfurt Okulunun eleştirel yaklaşımları Horkheimer’in 1937 yılında yazdığı “Geleneksel Kuram ve Eleştirel Kuram” adını verdiği makalesinde görülmektedir. Frankfurt Okulu kuramcıları kültürün artık kurulu düzenin bir parçası haline geldiğini belirtmiş ve sanatın bile sermayenin bir aracı durumuna geldiğini ifade etmiştir. “Frankfurt Okulu, bir ilk eleştirel iletişim araştırmaları modelini sunmakla kalmadı, aynı zamanda Frankfurt Okulu kuramcıları da kitle iletişimi ve kültürün toplumsal kuram açısından önemini ilk görenler arasındaydılar ve bu tür temaları eleştirel toplumsal kuramla birleştirme yönündeki ilk çabalardan bazılarını da etkilediler” (Kellner, 2005: 236). Böylece iletişim alanında yapılan araştırmalarda eleştirel kuramın izleri görülmeye başlamıştır.

Adorno’ya göre kitle iletişim araçları ve kültür endüstrisi kitleleri artık direnmeyi düşünemez hale getirmiştir. “Daha 1944 yılında Horkheimer ile Adorno, *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nde kültür endüstrisinin kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırmak ve insanları ve onların kültürel anlatımlarını metaya dönüştürmek için teknolojiyi nasıl kullandığını ve akli nasıl araçsallaştırdığını göstermişlerdir” (Zipes, 2005: 227). Hiç kuşkusuz bu araçsallaştırmanın tetikleyicileri arasında, bir döneme damgasını vurmuş olan radyo da bulunmaktadır.

20. yüzyılın ilk yarısında yaşananlar kitle iletişim araçlarının işlevlerini de etkilemiştir. Karar vericilerin bu araçları siyasal amaçlar doğrultusunda kullanmasının yanı sıra toplum da kendi ihtiyaçları çerçevesinde bu araçlardan yararlanmıştı. Tüm bu süreçler kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili çalışmaların yollarını açmıştır. Ayrıca kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler eleştirilere de maruz kalmıştır. Eleştirel yaklaşımçılar bu araçların aslında toplumu olumsuz yönde etkilediğini savunmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan tüm bu gelişmeler içinde bulunduğumuz zamanı da etkiler nitelikte olmuştur. Zamanın teknolojik olarak mekân kavramını önemsizleştirdiği günümüzde, artık devasa bir medya çağı yaşanmaktadır. Ancak bunun öncesinde elbette

bugüne gelinmesinin yollarını açan farklı kitle iletişim araçları bulunmaktadır. Bu araçlardan biri de hiç kuşkusuz radyodur.

20. yüzyıl ses ve görüntünün elektronik yöntemlerle iletilmesinin altın çağı olarak tanımlanmaktadır. Bu yüzyılda gazetelerin toplumsal hayatta etkinliğinin artmasının yanı sıra, radyo ve televizyon gibi görsel, işitsel araçların da giderek yaygınlaşması teknolojik, ekonomik, sosyal ve siyasal süreçleri etkilemiştir.

Kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi aynı zamanda, enformasyonun daha fazla insana ulaşması sonucunu da beraberinde getirmektedir. 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle doğru orantılı olarak bilgi de pazarlanabilir bir araç haline gelmeye başlamış ve dönemin en güçlü kitle iletişim aracı olan radyonun propaganda aracı olarak kullanılmasının yolu açılmıştır. Ancak belirtmek gerekir ki toplumların ihtiyaçları ve yapıları kullanılan iletişim biçimi ve sistemini de belirlemektedir. Her toplumun, her kurumlaşmanın, her örgütleniş biçiminin, o örgütleniş biçiminin gerektirdiği, ona uygun, onun ihtiyaçlarına cevap veren bir iletişim sistemi olmaktadır. İletişim sistemini belirleyen ise doğrudan herhangi bir toplumun yapısı, örgütleniş biçimidir. Dolayısıyla farklı yapılardaki örgütleniş biçimine sahip toplumların da iletişim sistemlerinin farklı olması gerekmektedir (Tüfekçioğlu, 1997: 92). Dolayısıyla toplumsal yapı, iletişim yapısının dönüşümünde son derece etkilidir.

Hukuk, adalet, insan hakları gibi kavramların doğuşunun yanı sıra, bireylerin siyasal alanda genel oy verme gibi demokratik haklara kavuşmaları, toplumların hayat tarzlarında değişmelere neden olmuştur. Demokratik hayata daha fazla katılma olanağına erişen bireyler zamanla haber ve bilgiye daha fazla gereksinim duymaya başlamıştır. Böylece iletişim araçlarının önemi ve etkinliği de artış göstermiştir. Ancak bununla beraber iletişim araçlarının kullanımı ve siyasal sistemler arasında da bir ilişki söz konusu olmuştur. Egemenliklerin halka geçmesiyle beraber, bu göreve talip olanlar kendi görüşlerini topluma duyurabilmek ve taraftar kazanabilmek için kitle iletişim araçlarından yararlanma yoluna gitmişlerdir. Bu da elbette iletişim araçlarının gelişimiyle ilgilidir.

İletişim alanında yaşanan gelişmeler toplumların değişmesinde, dönüşmesinde etkili olmaktadır. Bu değişimler de siyasal sistemlerin biçimlenmesinde pay sahibi olmaktadır. Bu nedenle siyasal aktörler egemenlik kazanmak ya da iktidar sahibi olabilmek adına kitle iletişim araçlarından faydalanmaktan çekinmemişlerdir.

İktidar, geniş anlamıyla, kendi iradesini egemen kılabilmek, başkalarının davranışlarını denetleyebilme, bir şeyi yapmaya ya da yapmamaya zorlayabilme gücü olarak tanımlanabilir. Örneğin Max Weber'e göre iktidar toplumsal ilişkiler çerçevesinde bir iradenin, ona karşı gelinmesi durumunda bile yürütülebilmesi olanağıdır. Başka bir deyişle, iktidar başkalarını yönetme gücüdür (Kışlalı, 2003:108).

İktidara sahip olabilmenin en önemli yolu ise kitleleri yanına çekmeyi başarabilmektir. Bunun yolu da bir dönem propaganda kavramından geçmiştir.

Siyasal iktidarların vazgeçilmezi olan propaganda kavramına yönelik birbirinden farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Örneğin Oxford sözlüğü propagandayı “politik bir bakış açısını teşvik etmek için kullanılan önyargılı ve yanıltıcı nitelikteki bilgi” (<https://en.oxforddictionaries.com>) olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu ise propagandayı “bir öğretiyi, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca”

(<http://www.tdk.gov.tr>) olarak ifade etmektedir. Dolayısıyla farklı toplumların bakış açılarını yansıtan her iki tanıma göre de propagandanın bir düşünceyi yaymak gibi bir işlevinin olduğu açıktır. Bunun yanı sıra propaganda kavramı olumsuz ifadelerle de yan yana kullanılmaktadır.

Propaganda kavramının aslında aldatıcı ve irrasyonel bir ikna biçimi olduğuna dair yaygın bir inanç bulunmaktadır. Bu inancın kökeni, her şeyden önce, ‘bizim’ enformasyon ve haber servislerimizin ‘onların’ servislerinden farklı olduğunu ve ‘onlarınkinin’ düzmece enformasyon yaymakla görevli kuruluşlar olduğunu benimseten (Qualter, t.y.: 274) bazı siyaset pratiklerine dayanmaktadır. Bu nedenle propagandayı bir yöntem olarak kullanan egemenlerin kendi enformasyonlarını haklı gösterecek bir yol izlemeleri gerekmektedir. Bu yol değişen dünya düzeninin bir gereğidir. Artık halk, desteği alınması gereken bir özne konumundadır.

Edward Bernays (1928: 19) da artık zamanın değiştiğini belirtmektedir. Ona göre endüstriyel devrimin parçalarından olan buhar gücünün kullanılması ve basın, güç kavramını krallardan uzaklaştırıp halka vermiştir. Artık kralın kaybettiği gücü halk kazanmıştır. Bu fikirden de hareketle halkın desteğinin alınmasının, iktidarını korumak isteyen egemenler için hayli önemli olduğu aşikârdır. Ama asıl mesele bu gücün desteğinin nasıl sağlanacağıdır. Propagandanın psikolojik temellerinde, propagandacının hangi önyargıların, motivasyonların, tutkuların, komplekslerin üzerinde oynadığı yer almaktadır (Ellul, 1973: xiii). Dolayısıyla toplumların hassasiyetlerini göz önünde bulundurarak bu kavramları doğru kullanan egemenlerin söz konusu desteği sağlaması mümkündür.

Halkın desteğinin alınabilmesi için de uygulanan propaganda kavramının tarihsel izleri milattan önceki yüzyıllara kadar uzanmaktadır. Örneğin Sümer, Babil, Mısır ve Asur hükümdarları gösterişli piramitler, anıtlar, mezarlar ve şaşılahtı yapılar vasıtasıyla propaganda faaliyetlerini yürütmüştür. Öte yandan Grek medeniyetinde de propagandanın izleri görülmektedir. M.Ö. 750’den sonra her birinin kendine ait tanrısı ve toplumsal tabakalaşma sistemi olan Yunan şehir devletleri oluşmaya başlamıştır. Şehirler arasındaki farklılıklar, ticaret ve kültürel hâkimiyet için savaşı kaçınılmaz hale getirmiştir. Böyle bir atmosferde, İkonografi propagandası ilerlemiş, büyük tapınaklar ve heykeller devletin gücünün önemli sembolleri haline gelmeye başlamıştır (Jowett ve O’Donnell, 2012: 53). Ancak propaganda elbette yalnızca devasa yapılar şeklinde ilerlememiştir.

Propaganda kavramı ayrıca uzak ulusal amaçlar için de kullanılmıştır. Örneğin Cengiz Han, savaşçı adamları hakkında abartılı dedikodular aşılacak ve Moğol ordusunun ilerlemesini sağlamak amacıyla ajanlar kullanmıştır. Herodot ise; Themistocles’in, düşman İyon donanmasının ziyaretinde bir su yolu üzerinde taşlara propaganda mesajları kazıttığını kaydetmiştir. Ortaçağ Avrupası boyunca da el yazması bildiriler, vaazlar, şarkılar, oyunlar ve yüz yüze tartışmalar bunun için kullanılmıştır. Bunun yanı sıra Otuz Yıl Savaşı’nda tarafların kullandığı el ilanları, broşürler ve çizimler de propagandanın araçları olmuştur. Fransız devrimciler ise fikirlerini ihraç etmenin yeni bir yolu olarak giyim şeklinin kullanımını bulmuşlardır. Bu kapsamda Avrupa çapında kırmızı yakalı ve Frigya toz lastikli, uzun biçimsiz ceketler ve azametli dizlikler yerine uzun pantolon giymeye başlamışlardır. Bütün bunların yanı sıra düzenli yayımlanan gazetelerin ortaya çıkması ve bunları okuyabilen insan sayısının artması da

propagandacı için yeni fırsatlar sağlamıştır (aktaran Çetin, 2014: 248). Bütün bu aşamalar propaganda kavramının gelişmesinin yapı taşlarını oluşturmuştur. Kitle iletişim araçları gelişme gösterdikçe, propagandanın yayılma alanı da aynı ölçüde genişlemiştir.

Propagandanın alanını genişleten etmenlerden biri de demokrasidir. Demokratik rejimlerde iktidarlar halkı arkalarına alabildikleri ölçüde güçlerini artırabilmektedir. Bu nedenle daha fazla insana ulaşabilmenin yolu da kendini daha iyi ifade edebilmekten geçmektedir. 20. yüzyılın ilk yarısında, özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında propagandanın ne denli etkili olduğu anlaşılmıştır. Gücünü sağlamlaştırmak isteyen ya da toplumu belli bir yönde etkileme isteği taşıyan siyasal, sosyal ve toplumsal aktörler dönemin en güçlü kitle iletişim aracı olan radyoyu kullanmaktan çekinmemişlerdir. Radyonun yanı sıra gazeteler de bu anlamda bir araç olarak kullanılmışlardır. Ancak bu araçların kullanım şekli sadece propagandayı geliştirmemiş aynı zamanda kültür üzerinde de bazı etkilere sahip olmuştur. Bu kapsamda kitle iletişim araçlarının yalnızca egemen kültürü geçerli kılmak gibi bir işlevi olduğunu söylemek yeterli olmayacaktır. Çünkü toplum merak eden, daha fazlasını öğrenmek isteyen aktif bir yapıdır. Bu aktif yapı sanayi toplumuna geçiş ile beraber kapitalist üretim biçimlerini yoğunlaştırmıştır. Toplum artık ihtiyacından fazlasını tükettiği bir yapıya bürünmüştür. Kitle iletişim araçları da bu sistem içerisinde yer almaktadır. McLuhan'a (aktaran Oskay, 1993: 222) göre, "iletişim sürecinde kullanılan iletici araçlar hem ileticidirler, hem de ilettikleri enformasyonu, kanaati toplumsal değerleri algılamamızı etkilerler". Oluşan bu yeni toplum düzeninin en önemli tetikleyicisi kitle iletişim araçlarıdır.

İletişim araçlarının gelişim süreçlerinde Fransız İhtilali, Sanayi Devrimi, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları etkili olmuştur. Özellikle Sanayi Devrimi'nin toplumsal yapılarda meydana getirdiği siyasal, sosyal ve ekonomik değişimler bilgilenme ihtiyacını artırdığı gibi kitle iletişim araçlarının da önem kazanmasında etkili olmuştur. Öte yandan demokrasi kavramının hayatımıza yerleşmesi, toplumsal alanda yaşanan gelişmelerin yolunu açmış bu durum da fikirlerin serbest dolaşımını mümkün kılmıştır. Bu durumun gelişmesi elbette anayasal düzenlerin oluşmasının önemli bir parçası olan Magna Carta ile de ilgilidir. 13. yüzyılda imzalanarak kralın yetkilerini kısıtlayan 'Büyük Ferman' demokrasi yolunda büyük bir adım niteliği taşımaktadır. Kral John ve Baronlar arasında imzalanan Magna Carta'nın 39. maddesi ile beraber özgür hiç kimsenin kendi benzerleri tarafından ülke kanunlarına göre yasal bir şekilde muhakeme edilip hüküm giymeden tutuklanmayacağı, hapsedilmeyeceği, mal ve mülkünden yoksun bırakılmayacağı, kanun dışı ilan edilmeyeceği, sürgün edilmeyeceği veya hangi şekilde olursa olsun zarara uğratılmayacağı garanti altına alınmıştır (The Magna Carta, 2016). Böylece özgürlük kralların keyfi uygulamaları ile sınırlandırılabilir bir kavram olmaktan sıyrılmaya başlamıştır.

Ancak özgürlüklerin sınırlarının genişlemeye başlaması, fikirlerin serbest dolaşımı gibi kavramlar zamanla artan nüfusla birleşince ortaya başka problemler çıkmaya başlamıştır. Örneğin tüm bireylere tek tek ulaşmanın zorlaşması bu problemlerden biridir.

Bir toplumda nüfus arttıkça, siyasal yaşamın ana organları ve güçleri bürokratik bir görünüm almaya başlıyor. Yönetenler, kitle ile doğrudan ilişkilerini yitiriyorlar. Araya kocaman, hantal bir bürokrasi giriyor. Yöneten-yönetilen ilişkileri, bürokrasinin belirli

kalıpları içine sıkışıyor. Siyasal iktidarı ele geçirmek ya da etkilemek isteyen güçler de aynı şekilde bürokratik nitelikler kazanıyorlar (Kışlalı, 2003: 61).

Bu bürokratik işleyişin zaman açısından yarattığı olumsuzluklar, daha sosyal bir görünüme sahip olan kitle iletişim araçlarından faydalanılarak en aza indirilmektedir. Bu durum propaganda kavramının da yolunu açmaktadır. Propaganda, mevcut kanıları değiştirme hevesini içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle bu heves içerisinde olan güçler kimi, ne yönde etkileyeceğini iyi bilmelidir.

Birinci Dünya Savaşı sonrasında propaganda

Propaganda dünya savaşları sırasında oldukça önemli bir yer edinmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından dünya başka bir çehreye bürünmeye başlamış, bu durumun oluşmasında da iki büyük gücün yükselmesi etkili olmuştur.

Savaş daha sona ermeden 20. yüzyıl boyunca pek çok ülkeyi etkileyecek bir olay meydana gelmiş ve Ekim 1917'de gerçekleşen Bolşevik Devrimi'yle beraber iki kutuplu bir dünyaya doğru gidecek süreç tetiklenmeye başlamıştır. Bu kapsamda ABD ile SSCB arasında yaşanacak olan soğuk yılların da ilk adımı atılmıştır.

Birinci Dünya Savaşı'nın ardından Almanya'da da bazı değişiklikler yaşanmıştır. Örneğin 1933 ile 1945 yılları arasında Nazi dönemi yaşanmış ve bu dönemde Hitler propaganda kavramıyla özdeşleşmiştir. Nazi Almanya'sında Hitler'in iktidarını pekiştirmesi kitle iletişim araçlarıyla yaptığı propaganda faaliyetlerine dayandırılmaktadır. Bu faaliyetlerin aktarıldığı en önemli araçlardan biri radyo olmuştur. Propagandanın yanı sıra enformasyon aktarma aracı olarak da kullanılan radyo Hitler, Goebbels ve Stalin gibi isimler tarafından yoğun biçimde kullanılmıştır.

Bütün bu isimlerde tarafından kullanılan ve Birinci Dünya Savaşı sonrasında çok önemli bir propaganda aracı olarak işlev gören radyonun ne denli etkili olacağının ilk sinyalleri bir anlamda 1920'lerde ABD'de verilmiştir. "Bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri'nde radyo yoluyla halkına doğrudan seslenen Franklin Roosevelt, 'Ocakbaşı sohbetleri' ile Amerikan halkını etkilemeyi başarırken, radyoyu siyasi amaçlarla kullanan ve bunda da başarılı olan ilk lider olarak da tarihe geçmiştir" (Işık, 2005: 9). Bu tarihten sonra da imkânı olan her lider radyoyu siyasi amaçlar için kullanmaktan çekinmemiştir. Ancak hiç kuşkusuz Guglielmo Marconi radyoyu icat ederken onu salt siyasal bir araç konumunda tasarlamamıştır ama dönemsel koşullar radyoyu bir dönemin en etkili silahı haline getirmiştir. "Radyo önce özellikle deniz taşımacılığı ve deniz savaşındaki iletişimde çok işlevseldi. Ardından Almanya ve İtalya gibi ülkelerde 1920 sonrasında kitlelerin siyasal yönetiminde güçlü bir araç olarak rol aldı" (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 22). Ticari ve askeri amaçlarla kullanılan bu kitle iletişim aracı bir süre sonra siyasal bir nitelik kazanmıştır. Bu da kitle iletişim araçlarının işlevlerinin, dönemsel olarak farklılıklar gösterebileceği savını kuvvetlendirmektedir.

Propaganda faaliyetlerinin yoğun biçimde yaşandığı dünya savaşları, sıcak savaşın yanı sıra bu savaşın doğrudan içerisinde bulunmayan insanları da etkilemiştir. Dolayısıyla büyük bir kitleyi kontrol altında tutma isteği oluşmuş, bu da kitle iletişim araçlarının gelişmesine bir yandan katkı sağlamıştır. 1917 Rusya'sında yaşanan Bolşevik Devrimi bunlara örnek gösterilmektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve propaganda yalnızca siyasal aktörleri ve iktidar güçlerini değil toplumsal tabakayı da etkilemiştir. Güçlü söylemler kitlelerin yeni düzenler için ikna edilmesini sağlamıştır.

Bu kapsamda Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nde, birliğin en ücra köşelerine kadar propaganda faaliyetleri yürütülmüş, böylece yeni rejimin halka sevdirmesine uğraşılmıştır.

20. yüzyıl boyunca propaganda, SSCB dışında başka ülkeler tarafından da savaşların en önemli araçlarından biri olarak fikirlerin, davranışların, sivillerin ve askerlerin manipüle edilmesine yardımcı olmak için kullanılmıştır. Örneğin Birinci Dünya Savaşı boyunca ittifak kuvvetleri 'düşman saflarına' ya da sivillerin olduğu bölgelere toplam 26 milyon broşür dağıtırken, 1945 yılının sonuna gelindiğinde ise Kraliyet ve ABD hava kuvvetleri de milyonlarca broşür dağıtmıştır. Öyle ki; Birinci Dünya Savaşı sırasında İngiliz Askeri Kuvvetler, uçağı, 'broşür atmak için kullanılamayacak kadar değerli bir savaş aracı' olarak kabul edilmiş, dolayısıyla broşür atma görevinin yerine getirilmesi için balon kullanılmaya başlanmıştır (aktaran Finch, 2000: 84). Böylece savaşın ateşli silahların yanında iletişim araçlarıyla da yürütülen bir süreç olduğu gerçeği bir anlamda somutlaşmıştır. Bu gerçeğin en önemli parçalarından birini de radyo oluşturmaktadır.

Radyo açısından değerlendirildiğinde, 1920'li yıllardan İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar olan dönemde radyo yayıncılığı ve habercilik altın çağını yaşamıştır. "1930'lu yıllara gelindiğinde radyo önemli bir toplumsal etki gücü olarak siyasal alanda dikkati çekmiştir. Nazi deneyimi ve II. Dünya Savaşı'nın radyolar savaşı olarak anılması bundandır" (Gönenç, t.y.: 97). Çünkü bu dönemde cephe dışındaki savaşın yönlendirilmesi de radyo aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Tarafların destekçi kazanmasında radyonun bu amaçla kullanılması önemli bir etken olmuştur. Bu kapsamda İkinci Dünya Savaşı'na dâhil olan devletler tarafından siyasal, ekonomik ve askeri amaçlarla sıklıkla kullanılan propaganda, Alman nasyonal sosyalistlerde Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanı Joseph Goebbels'in girişimlerinde öne çıkarken, Amerika Birleşik Devletleri'nde Franklin D. Roosevelt'in politikalarında kendini göstermiştir. Roosevelt, bu kavramı müttefiklerin zaferi için anahtar elementlerden biri olarak görmüş ve 1942'de Office of War Information'u kurmuştur. Savaşı kazanmanın önemini anlatan yayınlar yapan bu kurum, radyo kökenli Elmer Davis'in yönetmenliğinde, medya aracılığıyla ulusal ve uluslararası düzeyde propaganda faaliyetleri yürütmüştür (aktaran Boyraz ve Cantürk, t.y.: 499).

Propaganda aracılığıyla halkı diledikleri doğrultuda etkilemek isteyen siyasal aktörler, bu etkiyi mümkün olduğunca artırmak için bütün olanakları, dolayısıyla kitle iletişim araçlarını kullanmaktan çekinmezler. Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi de bu doğrultuda bir örnek olarak değerlendirilebilir.

Hitler'in başbakan seçilmesi ve NSDAP'nin 30.01.1933'te hükümeti devirmesi radyo için de kökten değişiklik anlamına gelir. Bütün radyo şirketlerinin hakları Goebbels'in başında bulunduğu Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'na geçer. Goebbels'in amacı kökten bir şekilde tüm halkı radyo aracılığı ile nasyonal sosyalizm adına etkilemektir. Geliri düşük ailelerin radyoları olmadığı için kitleye daha rahat ulaşmak amacıyla ucuz radyo üretimine başlanır. Bu kategoride ilk üretilen 301 adlı model sadece 76 Reichsmark'a satılır (aktaran Kasım, 2011: 67).

Bu adımın ne kadar etkili olduğu da Hitler'in politik amaçlarını gerçekleştirirken büyük bir direnişle karşılaşp karşılaşmadığı analiz edilerek değerlendirilebilir. Hitler Almanyası'nda radyo iktidarda kalmanın bir yolu olarak kullanılmıştır ancak bu iktidarın yolu aynı zamanda basını doğru kullanmaktan da geçmiştir. İkinci Dünya

Savaşı öncesi bu yapı iyice kemikleşmeye başlamıştır. Bu dönem basın baronlarının dönemi olmuş ve Sir Oswald Mosley (1896-1980) basının desteği ile yoluna devam etmiştir (Briggs ve Burke, 2004: 228). Bu kapsamda, radyo özelinden gidilse de tarihin iletişim alanında bir bütün olduğu da göz ardı edilmemelidir. Yalnızca dönemlerin doğru değerlendirilebilmesi için, kendi içerisinde sistemleri parçalara ayrılarak analiz edilmesi, propagandanın işlevinin anlaşılabilmesi için önemlidir. Bu nedenle 20. yüzyıl radyo özelinde ele alınmaktadır.

Radyonun, 20. yüzyılın büyük bir bölümünde kitle iletişim araçları arasında en güçlü uluslararası iletişim aracı olduğu kabul edilmektedir. İkinci Dünya Savaşı sırasında radyonun propagandadaki gücünü fark eden Nazi Almanyası'nın yanı sıra batılı güçler de radyo aracılığıyla karşılıklı psikolojik savaş başlatmışlar ve cepheden çök, radyo yayınları sayesinde güç kazanmışlardır (Odyakmaz, 2002: 320).

Egemenler psikolojik savaşlarını, radyo aracılığıyla cephe gerisinde de sürdürürken kitleler de bu araçtan önemli ölçüde etkilenmiştir. Örneğin Orson Welles'in 1938 yılında gerçekleştirdiği bir radyo programında "Dünyalar Savaşı" adı romanın temsilini gerçekleştirmesi toplumsal anlamda yankı bulmuştur. Radyo programında temsil edilen oyunu gerçek zanneden kitleler marslıların dünyayı işgal ettiğini zannederek panik yaşamıştır. Karmaşaya neden olan bu durum, radyo iletilerinin toplum tarafından ne kadar önemsendiğinin en açık göstergelerinden biridir. Bu nedenle aslında egemenlerin bu yayınlardan ve böyle bir güçten vazgeçmesi pek mümkün değildir. Ancak kitle iletişim araçlarının toplumu nasıl etkilediğini değerlendirirken dönemin koşullarını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. 1929 yılında yaşanan ekonomik kriz toplumun büyük bölümünün işsizlikle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Öte yandan bu yıllardan sonra sık sık adı geçecek olan kapitalizm de ekonomik sarsıntıyla beraber ciddi bir yara almıştır. Dünyanın yaşadığı olumsuzluklar ve acılar da bir kurtuluş arayan kitleleri manipüle edilmeye açık hale getirmiştir.

Kitleler üzerinde bu kadar önemli olan radyonun etkisinin azalmaya başlaması ancak 1950'li yıllardan sonra televizyonların ortaya çıkışıyla mümkün olabilmiştir. "1930 ve 40'lı yıllar dünyanın her anlamda alt üst olduğu ve yeni bir yapılanmaya gidildiği dönemdir. Sanayileşmenin getirdiği kapitalizm gerçeği, öncelikle savaşlar sırasında ve sonrasında yaşanan faşizm ve komünizm ideolojileri, toplumsal yaşamın, doğrudan ve dolaylı olarak kendisini hissettiren pek çok iç ve dış faktörler doğrultusunda şekillendiğini ortaya koymuştur" (Batuş, 1997: 28). İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünya Kapitalist Batı ve Sosyalist Doğu olarak ikiye ayrılmıştır. Bu durumun kitlesel bir önem kazanmasında hiç kuşkusuz kitle iletişim araçlarının da payı bulunmaktadır.

Siyasal aktörler egemenlik kurabilmek, kitleleri harekete geçirebilmek adına kitle iletişim araçlarını bir propaganda aracı olarak kullanırken, toplum da bunu haber alma aracı olarak kullanmıştır. Çünkü iktidarın yanı sıra, iktidar karşıtı öğeler de düzenin korunması ya da bozulması için propaganda yoluna başvurmaktadır. İktidar, en etkili araçları elinde bulunduranların gücüdür. İşte bu nedenle propaganda ve kitle iletişimi toplumlarda var olan değerlerin ve birikimlerin kuvvetlenmesine ya da değişmesine olanak sağlayabilmektedir. Karar vericilerin elinde büyük bir güç olabilecek kitlesel iletişimi sağlayan araçlar dönemsel özelliklere göre işlev görebilmektedir. Toplumdaki güç odaklarının kazandığı nitelikler ya da arkalarına aldıkları desteğin oranı bu

odakların kendini ifade edebilmesinden de geçmektedir. Kendini ifade edebilmenin en iyi yolu da dönemin en önemli ve en etkili kitle iletişim aracından doğru bir biçimde yararlanmaktır.

İkinci Dünya Savaşı, Soğuk Savaş ve propaganda

Radyonun bir propaganda aracı olarak kullanılması açısından değerlendirildiğinde 20. yüzyıl önemli bir zaman dilimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu zaman dilimini önemli kılan en büyük detay Soğuk Savaş'tır. ABD önderliğindeki Batı Bloku ile Sovyetler Birliği önderliğindeki Doğu Bloku ülkeleri arasında yaşanan askeri ve siyasi gerginliği ifade eden bu dönemin tam olarak ne zaman başladığına yönelik farklı yaklaşımlar mevcuttur.

Bu savaşı ideolojik bir mücadele olarak değerlendirenlere göre savaşın kökleri 1917 Bolşevik Devrimi'ne dayanmakta ve Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla son bulmaktadır. Bu bakış açısı kapsamında, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Fransa ve İtalya gibi Batı Avrupa ülkelerinde meşruiyet zemini güçlü olan komünist partilerin yönetime gelme tehlikesi ve bölgede Sovyetler'in nüfuzunun kolaylaşması acilen müdahale edilmesi gereken bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Soğuk Savaş'ın jeopolitik boyutunu vurgulayanlara göre ise bu savaş İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan iki süper gücün etki/nüfuz mücadelesi nedeniyle oluşmuş ve Sovyetler'in çöküşüyle son bulmuştur (aktaran Kolasi, 2013: 153).

Soğuk Savaşı tetikleyen asıl mesele ise takvimler 6 Ağustos 1945 yılını gösterdiğinde ortaya çıkmıştır. Bu tarihte ABD Hiroşima'ya bir bomba atarak kentten nüfusun yarısını yok etmiş, iki gün sonra ise Ruslar savaşa dâhil olmuştur. 9 Ağustos'ta Nagasaki'ye ikinci atom bombası atılmış, 15 Ağustos'ta ise Japonların teslim olmasıyla beraber Rus işgali gereksiz hale gelmiştir. Savaşın sonrasında Amerikalılar tarafından sunulan, büyük güçler arasında nükleer kapasiteyi paylaşmaya yönelik olan plan, Ruslar tarafından haksız ve şüpheli bulunmuş dolayısıyla reddedilmiştir. Böylece bir savaşı sona erdiren bomba Soğuk Savaş'ın ise başlangıcını oluşturmuştur (King, t.y.: 3). Bu olayın ardından artık yeni bir savaşın başladığı ise egemenlerin dilinden dökülen cümlelerle görünür kılınmıştır.

Winston Churchill Mart 1946'da ABD'yi, Stalin'in Doğu Avrupa'yı hızla komünist ülkelere dönüştürdüğü yönünde uyarıcı bir konuşma yapmıştır. Churchill kıtaya bir demir perdenin indiğini belirterek Avrupa'nın demokratik ve kapitalist Batı ile totaliter ve komünist Doğu arasında ayrıldığını söylemiştir (Constitutional Rights Foundation, 2014: 5). Böylece Soğuk Savaş kavramı giderek derinleşeceği bir sürece girmiştir. Bu yeni süreç radyoların gücünün de kullanıldığı bir iletişim alanını beraberinde getirmiştir. Radyo bu dönemde önemli bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

Soğuk Savaş'ta, ABD ile Sovyetler Birliği arasındaki tansiyonun yükselmesiyle beraber 'propaganda' yeniden demokrasi düşmanlarınca idare edilen bir hareket tarzı olarak tartışılmıştır (Finch, 2000: 82). Bunda elbette tarafların birbirini hedef alması da etkili olmuştur. Taraflar propagandayı yoğun olarak kullanabilmek için kendilerince yöntemler geliştirmiş ve bu kapsamda radyo yayınları propagandaya aracılık etmiştir.

Savaş sonrası Sovyet siyasetinin temel unsurunu komünizm propagandası oluşturmuş ve bu propaganda Doğu Blok'u ve Üçüncü Dünya'yı hedef almıştır. Bu

anlamda en büyük propaganda aracı ise Moskova Radyosu olmuştur. Radyo 1960'ların sonlarına doğru dünyanın en büyük uluslararası yayıncısı konumuna gelmiştir. Öte yandan ABD'nin uluslararası yayıncılığının önemli unsurlarını ise Amerika'nın Sesi, Özgürlük Radyosu (Radio Liberty) ve Özgür Avrupa Radyosu (Radio Free Europe) oluşturmuştur (aktaran Enserov, 2010: 181). Anti - komünist propaganda yolunda yoğun ölçüde yararlanılan Özgür Avrupa Radyosu 1950 yılında kurulmuş ve ABD Kongresi tarafından desteklenmiştir. Bütün bu adımlar Soğuk Savaş'ın psikolojik zeminini güçlendirmek için önemlidir.

Propagandanın kitleler üzerinde etkili olabilmesi için psikolojik bir alt yapının da hazırlanmış olması gerekmektedir. Bu kapsamda "savaş propagandası yapanlar için düşmana karşı savaşı başlatma noktasında düşmana bir suç yüklemek ve kendileri için yüksek ahlâkî değerlerle bezenmiş bir zemin hazırlamak" (Finch, 2000: 93) önemlidir. Bu zeminin hazırlanmasında kitlelere sunulacak olan argümanlar ve bu argümanları destekleyen bireyler de etkilidir. Soğuk Savaş döneminde de kitleleri etkileyebilecek argümanlar ve ideolojik yaklaşımlar sonuna kadar kullanılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, 'medeniyeti götürme' ideolojisine, medeniyeti 'komünist tehlikeye karşı koruma', 'kalkınmışlık' ve 'az gelişmişlik' kavramlarıyla getirilen kalkınma ideolojisi de eklenmiştir. ABD'nin Sovyetler Birliği'ni durdurma politikası 'demokrasiyi koruma', bu politikanın temelinde yatan ekonomik egemenlik arayışı 'kalkınmaya teşvik' ve emperyalizmin yayılması da 'özgür dünyanın modernleşmesi' olarak sunulmuştur. 1949'da Amerikan resmi politikasında kalkınma ve onun tersi olan az gelişme vurgulanmış ve Soğuk Savaş, kalkınma teorisi girişimlerinin yani 'modernleşmenin' temeli durumuna gelmiştir. Öte yandan İkinci Dünya Savaşı sırasında savaş propagandası ve araştırması yapan 'aydınlar', Soğuk Savaş mücadelesinde de ABD'nin gayri resmi propaganda ajanları olarak çalışmalarını sürdürmüşlerdir. W. Schramm Amerikan federal devlet kurumlarıyla ilişkisine devam etmiş, I. de Sola Pool Amerikan Savunma Bakanlığı'nın ateşli sözcülüğünü yapmış ve D. Lerner entelektüel akademik araştırması ve girişimleriyle bunlara katkıda bulunmuştur (Erdoğan, 2016). Böylece savaşı haklı gösterecek psikolojik alt yapının oluşturulmasına zemin hazırlanmıştır.

Soğuk Savaş döneminde açık ya da örtülü bir biçimde gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinde medyanın gücünden de olabildiğince yararlanma yoluna gidilmiştir. Bu kapsamda CIA'nın propaganda envanterinde yaklaşık sekiz yüz haber servisi, kamuoyu bilgilendirme organizasyonu, gazete, dergi ve yayınevi bulunmuştur. Özgür Avrupa Radyosu ve Özgür Radyo'nun yanı sıra, 1951 yılında yayına başlayan ve 1965 yılında sona eren Özgür Asya Radyosu aracılığıyla da Manila üzerinden Çin'e yayın yapılmış ve komünizm karşıtı fikirlerin yayılması desteklenmiştir. Öte yandan Amerika'da, Küba lideri Castro karşıtı yayınlara da finansman desteği sağlanmıştır (aktaran Ercan, 2006: 96).

ABD komünizm karşıtı propagandasını radyolar aracılığıyla sürdürürken, Sovyetler Birliği de Soğuk Savaş'ın öncesinde bile radyodan yararlanma yoluna gitmiştir. Ekim 1929'da Moskova merkez radyosuna bağlı bir programlar bölümü açılmış ve ilk olarak Almanya'ya yönelik yayınlar başlamıştır. 1933 yılında bu yayınlar dış ülkelere yönelik olarak Almanca, Fransızca, İngilizce, Macarca, İspanyolca, İtalyanca, İsveççe ve Çekçe olmak üzere 8 dilde gerçekleştirilmiştir. 1941 yılına

gelindiğinde ise, Moskova Radyosu 21 ülkeye günlük 51 saat yayın yapan bir düzeye erişmiştir (Alizade, 1991: 122).

Moskova Radyosu'nun bir kolu olarak Sovyet güdümlü faaliyet gösteren Azerbaycan Radyosu da yurt dışına yönelik yayınlarıyla bu radyoya destek olmuştur. Moskova'nın ideoloji merkezlerinde hazırlanan tavsiyelere uygun yayınlar yapan bu radyo Soğuk Savaş başladıktan sonra Azerbaycan'dan dış ülkelere yapılan programlar vasıtasıyla SSCB'nin geniş propaganda ağının bir kolu sayılabilecek biçimde yayın hayatını sürdürmüştür (aktaran Enserov, 2010: 182). Bütün bunlar çerçevesinde bir anlamda radyolar savaşına dönüşen Soğuk Savaş, kendi içerisinde politik yapılanmaları da beraberinde getirmiştir. Varşova Paktı bu yapılardan biridir.

Soğuk Savaş döneminde Sovyet lider Stalin'in ölümünün ardından sosyalist ülkeler 1955'te bir araya gelerek karşılıklı yardımı öngören Varşova Paktı'nı kurmuş, bunun ardından ABD ve SSCB temsilcileri nükleer denemelerin durdurulması için Cenevre'de bir araya gelmiştir. Soğuk Savaş döneminde gerginliğin azalabilmesi için en azından bir adım olarak değerlendirilebilecek olan bu girişimin ardından, iki büyük güç arasında zaman zaman tansiyonun yükseldiği zaman zaman da düştüğü süreçler yaşanmaya devam etmiştir. Yoğun ölçüde radyo aracılığıyla yürütülen bir propaganda savaşına tanıklık eden Soğuk Savaş dönemi -yaygın kanıya göre- Berlin Duvarı'nın 1989 yılında yıkılması ile beraber sonlanarak tarih sayfasındaki yerini almıştır.

Berlin Duvarı'nın yıkılması Soğuk Savaş'ın sonu olarak kabul edilse de dünyanın büyük güçleri arasındaki gerginliklerin bugün bile sürdüğünü söylemek mümkündür. Dünya, büyük güçlerin savaşı içerisinde düzenini sürdürmeye devam ederken, kitle iletişim araçları da dönemin koşulları çerçevesinde bir savaşın içerisinde yer almayı sürdürmektedir. Enformasyon iletimini yönetmek isteyen egemenlerin, olayları halka yansıtarken güdümlü bir süreç yürütebilmeleri ancak ve ancak kitle iletişim araçlarının doğru kullanımıyla mümkündür. Bu durum da kitle iletişim araçlarının dün olduğu gibi, bugün ve yarın da soğuk ya da sıcak, dünyanın bütün savaşları içerisinde bir propaganda aracı olarak yer almasını sağlamaya devam edecektir.

Sonuç

İletişim ve toplum arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Toplumsal gelişmeler iletişim araçlarında yaşanan gelişmeleri tetiklemekte ve karar vericiler de buna göre davranmaktadır. 20. yüzyılda yaşanan toplumsal gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının işlevleri günümüz koşullarına hazırlık teşkil etmiştir. 20. yüzyılın ilk yarısından Soğuk Savaş'ın sonuna kadar olan dönemde en önemli kitle iletişim aracı radyo olarak görülmektedir. Çeşitli güç odakları radyoyu propaganda amaçlı kullanmıştır. Bu kullanım, kitlelerin etkilenmesi ya da egemenlere destek sağlanması yönünde gerçekleştirilmiştir.

Toplumsal ve siyasal gelişmeler aynı zamanda kitle iletişim alanında yapılan araştırmaları etkilemektedir. Dönemsel araştırmalar sonucunda oluşturulan teori ve modeller bir öncekini geliştirmek suretiyle ilerleme kaydetmiştir. Geliştirilen ilk modellerde iletişim doğrusal ve tek yönlü bir süreç olarak düşünülmüş daha sonra ise karşılıklı çift yönlü olduğu sonucuna varılmıştır. Öte yandan kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkisi çeşitli yöntemlerle incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda bazı dönemlerde güçlü etkileri olduğu savunulurken, bazı dönemlerde ise bu etkinin

sanıldığı kadar güçlü olmadığı sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra kitle iletişim araçlarının karar verme üzerinde etkilerinin ölçüldüğü de görülmektedir.

Toplumsal değişimler de kitle iletişim araştırmalarına kaynaklık etmektedir. ABD’de 1940 ve 1948 yıllarında yapılan başkanlık seçimlerinde kitle iletişim araçlarının, vatandaşların oy kullanmalarını ne yönde etkilediği de araştırma konusu olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısı kitle iletişim araçlarının etkileri, propaganda gibi konularda laboratuvar ve alan araştırmaları ile incelenmiştir. Bu araştırmalarda kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışları değiştirmede ne gibi etkileri olduğu sorusuna yanıt aranmıştır.

Kitle iletişim araçları ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda bazen bu araçların etkilerinin çok yoğun olduğu sonucuna varılmış, bazen de bu etkilerin sanıldığı kadar yüksek olmadığı savunulmuştur. Yapılan araştırmalar çeşitli şekillerde ve dönemlerde gerçekleştirilmiş birbirine karşıt savlar ortaya atılmıştır. Kitle iletişim araçlarının etkileri zaman zaman eleştirilere de neden olmuştur. Özellikle Frankfurt Okulu kuramcıları kültür endüstrisi kavramı üzerinde durmuş ve bu durumun artık kitleleri düşünemez hale getirdiğini savunmuştur. Bu olumsuz etkinin sanatta da kendini gösterdiği belirtilmiştir.

Kitle iletişim araçlarının etkileri incelenirken elbette radyo da göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda 20. yüzyılın başlangıcından Soğuk Savaş’ın sonuna kadar olan dönemde en önemli kitle iletişim aracının radyo olduğunu söylemek mümkündür. Siyasal aktörler bu aracı propaganda amaçlı kullanırken, toplum da kendi beklenti ve çıkarları için bu araçtan yararlanma yoluna gitmiştir. Tüm bu süreçler kitle iletişim araştırmalarını da yönlendirmiştir.

Ana akım iletişim araştırmalarına sahne olan 20. yüzyılda bu araçların en güçlülerinden biri olan radyo özellikle totaliter rejimlerin vazgeçilmez propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Nazi Almanya’sında Hitler bu iletişim aracını kullanarak egemenliğini pekiştirirken onun öncesinde 1917 yılında yaşanan Bolşevik Devrimi sırasında da propaganda faaliyetleri yürütülmüştür. Tüm bu yaşananlar İktidar ve toplum arasındaki bağı da gözler önüne sermekte ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde etkileri olduğu savını kuvvetlendirmektedir. Ancak propaganda açısından değerlendirildiğinde 20. yüzyılın en önemli olaylarından biri Soğuk Savaş olmuştur.

Ekim Devrimi’nin başlangıcıyla beraber yükselen Sovyet güç odağı, karşısında Batı desteğini de almak için çaba sarf eden ABD güç odağını bulmuştur. Bu iki gücün yarışının adı ise İkinci Dünya Savaşı’nın bitimiyle beraber konulmuştur: Soğuk Savaş.

Japonya’ya atılan ve dünyanın hafızasına kazınan nükleer bombalar insanlık dramının yanı sıra, bugün bile aralarındaki rekabetin inkâr edilemeyeceği iki büyük gücün karşı karşıya gelmesine neden olmuştur. Güç savaşları ve bunu besleyen farklı rejim anlayışları iki kutuplu bir dünya düzeni yaratmış, bu düzen içerisinde daha fazla destek bulmak isteyen ABD ve SSCB bunu sağlayabilmek için propagandaya başvurma yoluna gitmiştir.

İki büyük gücün propaganda savaşları aynı zamanda radyo savaşlarına dönüşmüş ve bu kapsamda SSCB Moskova Radyosu üzerinden hareket ederken, ABD ise Amerika’nın Sesi, Özgürlük Radyosu ve Özgür Avrupa Radyosu aracılığıyla propaganda faaliyetlerini sürdürmüştür. Berlin Duvarı’nın yıkılmasına dek devam eden bu faaliyetler, bugün de yerini dönemsel koşullar çerçevesinde şekillenen bir duruma bırakmıştır.

Tarih, icat edilen her bir kitle iletişim aracının egemenler tarafından kullanıldığı zaman dilimlerine tanıklık etmiştir. Bu kapsamda 20. yüzyıl egemenlerin savaşının kitle iletişim araçlarını da kapsayan bir arenada seyretmesine şahitlik etmiştir. Dönemin koşulları çerçevesinde şekillenen bu sürecin en işlevsel aracı ise radyodur. Siyasal aktörler radyoyu egemenliklerini pekiştirmek için kullanırken toplum da çeşitli gerekçelerle bu araçtan yararlanma yoluna gitmiştir.

Bugün dünya, yarının neler getireceğini sadece hayal etmekle yetindiğimiz bir iletişim çağı yaşamaktadır. Bir zamanların önemli bir iletişim aracı olan radyo artık yerini internet dediğimiz devasa bir yapıya bırakmıştır. Belki de bundan yıllar sonra internet de, yerini başka bir araca devrederken, nostaljik bir iletişim araştırması içerisinde kendine yer bulmuş olacaktır.

Kaynakça

- Alizade, M. Yalçın (1991) *Radyo Gazeteciliğinin Temelleri*. Bakü: Bakü Devlet Üniversitesi Yayınları.
- Altun, Sibel Uçkaç (2010) Hitler Almanyası'nda Sanat ve Propaganda. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, (5): 23-39.
- Baldini, Massimo (2000) *İletişim Tarihi*, Çev. Gül Batuş. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Batuş, Gül (1997) İletişim Sosyolojisinin Doğuş Nedenleri. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, (5): 28-33.
- Bernays, L. Edward (1928) *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Boyras, Burak ve Cantürk, Ali (t.y) Amerika Birleşik Devletleri Örneğinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Askeri Propaganda Posterleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33): 496-503.
- Briggs, Asa ve Burke, Peter (2004) *Medyanın Toplumsal Tarihi*, Çev. İbrahim Şener. İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Constitutional Rights Foundation, The Cold War: How Did It Start? How Did It End? (2014) <http://www.crf-usa.org/images/pdf/gates/Cold-War.pdf>, Erişim: 22.02.2017.
- Çetin, Beyzade Nadir (2014) Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24 (2): 239-265.
- Ellul, Jacques (1973) *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.
- English Oxford Living Dictionaries, <https://en.oxforddictionaries.com>, Erişim: 29.01.2017.
- Enserov, Vefalı (2010) Bağımsızlık Öncesi ve Sonrasında Propaganda Aracı Olarak Azerbaycan Uluslararası Radyosu'nun Etkinliği. *Marmara İletişim Dergisi*, 16: 177-186.
- Ercan, Hasan (2006) *Tarihi Derinlik İçinde Soğuk Savaş Sonrası Dünyada Yeni İstihbarat Kavramı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Erdoğan, İrfan (2016) <http://www.irfanerdogan.com/modernism/7coldwarvecom.htm>, Erişim: 22.12.2016.
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (2005) *Öteki Kuram*, 2.basım. Ankara: Erk Yayınları.

- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz, Alemdar (2010) *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Finch, Lynette (2002) Psikolojik Propaganda: Yirminci Yüzyılın İlk Yarısında Fikirlerin Fikirlerle Savaşı, Çev. Rengin Gün. *Avrasya Dosyası*, İstihbarat Özel, 8 (2) : 80-99.
- Fiske, John (2003) *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Gönenç, Özgür (2003) Siyasal Yaşamın Belirlenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, (17): 31-41.
- Gönenç, Özgür (t.y). İletişimin Tarihsel Süreci. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, (28): 87-101.
- Hobsbawm, Eric (1996) *Kısa Yirminci Yüzyıl: 1914-1991 Aşırılıklar Çağı*, Çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Işık, Metin (2005) *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, 2.basım. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Jowett, Garth S ve O'donnel, Victoria (2012) *Propaganda and Persuasion*. USA: Sage Puplications.
- Kasım, Metin (2011) Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. *Selçuk İletişim*, 6(4): 64-75.
- Kellner, Douglas (2005) Kültür Endüstrileri. *Kitle İletişim Kuramları*, Der. Erol Mutlu, ss.233-239. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kışlalı, Ahmet Taner (2003) *Siyaset Bilimi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- King, Lisa (t.y.) *The Origins Of The Cold War*. University of California, Los Angeles: National Center For History In The Schools.
- Kolasi, Klevis (2013) Soğuk Savaş'ın Barışçıl Olarak Sona Ermesi Ve Uluslararası İlişkiler Teorileri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 68 (2): 149-179.
- Mutlu, Erol (2005) *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Odyakmaz, Necla (2002) Propaganda Aracı Olarak Radyo. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, (12): 317-326.
- Oskay, Ünsal (2000) *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, 4.basım. İstanbul: Der Yayınları.
- Qualter, Terence H. (2014) Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi, Çev. Ünsal Oskay. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, (35): 254-307.
- The Magna Carta, <http://www.constitution.org/eng/magnacar.pdf>, Erişim: 17.12.2016.
- Tüfekçioğlu, Hayati (1997) *İletişim Sosyolojisine Başlangıç*. İstanbul: Der Yayınları.
- Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim: 30.01.2017.
- Uyanık, Erol (2016) İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (42): 58-76.
- Zipes, Jack (2005) Frankfurt Okulu ve Kültür Eleştirisi. *Kitle İletişim Kuramları*, Der. Erol Mutlu, ss. 227-232. Ankara: Ütopya Yayınevi.