

Kore Yarımadasında Propaganda Savaşları: İki Kore Arasında Radyo Yayınları

ERDEM GÜVEN

Öz

Bu çalışmada, öncelikli olarak Kuzey ve Güney Kore arasındaki propaganda faaliyetleri ancak bunun yanı sıra Rusya, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin gibi bölgede hâkimiyet kurmaya çalışan süper güçlerin propaganda yayınları incelenmiştir. Uzak Asya'daki propaganda faaliyetleri, uçaklardan atılan afişler, radyo, televizyon ve diğer tüm kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapılmış olup makalede belli bir oranda açıklanmış, ancak konu açısından önem arz etmesi bakımından radyo yayınları ana kitle iletişim aracı olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada literatür tarama yönteminin yanı sıra, tarihsel betimleyici bir model kullanılmıştır. Bunun sebebi radyonun Kore Savaşı'yla beraber bir propaganda aracı olarak kullanılması ve Koreliler haricinde yarımada söz sahibi olmak isteyen Japonya'da dâhil diğer ülkelerce de önem atfedilmesidir. Radyo, Kuzey ve Güney Kore tarafından kendi sistem ve ideolojilerini korumak ve sonrasında da yaymak amacıyla günümüzde bile kullanılan bir kitle iletişim aracıdır.

Anahtar Kelimeler: Radyo yayınları, Propaganda, Kore Yarımadası, Kuzey Kore

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi : 20.10.2019

Kabul Tarihi: 26.11.2019

ORCID ID: 0000-0003-3180-7731

E-mail: eguven@kastamonu.edu.tr

Propaganda Wars in the Korean Peninsula: Radio Broadcasting Between Two Koreas

ERDEM GÜVEN

Abstract

In this research, propaganda activities between North and South Korea, along with the super-powers such as Russia, U.S. and China is examined. Propaganda activities in the Far East was made by all means necessary such as propaganda leaflets, radio, television and other kinds of mass medium. In this article, other means of communication and propaganda with other mass medium devices will be explained but as compatible with the research the radio broadcasts will be examined as the main communication device. Along with the literature review method, the historical descriptive model will be used in order to explain the situation. Radio was used as a propaganda tool starting with the Korean War and many nations who was involved to the war and also other nations such as Japan that has ambitions over the peninsula have used the radio as a tool for propaganda. Radio also used effectively by North and South Korean governments in order to protect their ideologies and also exporting it even today.

Keywords: Radio broadcasting, Propaganda, Korean Peninsula, North Korea

Research Paper

Received: 20.10.2019

Accepted: 26.11.2019

ORCID ID: 0000-0003-3180-7731

E-mail: eguven@kastamonu.edu.tr

1.Giriş

*Russian radio
How will we ever believe you?
Radio...*

*Now that we've learned to decieve you
(Red Flag, Russian Radio, 1988)*

1941 yılında yazılan bir makalede, propagandanın aktığı kanallardan en etkili olanının radyo olduğu belirtilmekteydi. Toplumsal değişimi tetikleyen ya da engelleyen en önemli unsurlardan biri olduğu belirtilen radyo yayınları sayesinde propaganda yapan grup / ülkenin fikirlerini ışık hızında milyonlarca insana ilettiği varsayılmaktaydı. 1932-1933 yıllarından itibaren radyo, toplumsal değişimi tetikleyen en önemli unsur olarak yaşantımıza girmiştir. Ancak, toplumsal hareketlerin ortaya çıkışındaki birincil faktör yaşam koşulları; buna bağlı olarak ikinci faktörse propaganda olabilir. Yani bir toplumda ya da ülkede sistemi değiştirmek amacıyla yapılan propaganda faaliyeti, ancak ve ancak o ülkedeki ya da toplumdaki yaşam koşullarına göre başarılı ya da başarısız olarak addedilebilir. Bu yaşam koşullarına bakıldığında, iklim koşullarından, toprak yapısına; yiyecek stoklarından teknolojiye, işsizlikten, istihdam problemi olmayışına kadar her şey örnek verilebilir. Bu kalemlerde ortaya çıkacak bir aksamanın devam etmesi hâlinde, propaganda araçları kullanışlı bir hâle dönüşebilir ve toplumsal yapıda değişimi tetikleyebilir (Miller, 1941: 69).

Kitle iletişim araçları (KİA'lar) günümüzde hâlâ toplumsal yapının değişim sürecinde katalizör görevi görmektedir. Bu araçlar, kitlelerin mobilizasyon ve organizasyon sürecinde etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Örneğin, 1979 İran Devrimi'nde Humeyni'nin fikir ve görüşlerini İran halkına anlattığı video ve –daha çoğunlukta– ses kasetleri kullanılmıştır. Keza 1989 yılında, Çin'de faks makineleri toplumsal olayların organizasyonunda büyük önem arz etmişlerdir. Yine Polonya'da videokasetler aynı amaçla kullanılmıştır. Günümüzde ise Arap Baharı başta olmak üzere Occupy Wall Street gibi toplumsal olaylarda bir “kişisel kitle iletişim aracı” olarak görülen internet ve sosyal medya aktif bir biçimde kullanılmaktadır (Güven, 2018: 36). Ancak, KİA'ların tüm bu olaylardaki rolü ikincildir. Bu coğrafyalarda toplumsal olayların başlamasının öncelikli nedeni, “yaşam koşullarındaki sıkıntı/yönetimsel yapıdaki çürüme” gibi faktörlerdir. Propaganda aracı olarak kullanılan KİA'ların öncelikli amacı, bu bozulmayı topluma aktarmak ve toplumsal olayların fitilini ateşlemektir.

2.Propaganda ve Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo

İkinci Dünya Savaşı sona erdikten sonra Amerika Birleşik Devletleri'nin ümidi Nazi tiranlığının ortadan kaybolmasıyla birlikte, özellikle Doğu Avrupa'daki halkların

özgür ve bağımsız hükûmetler kuracağı yönündeydi. Ancak, Nazi Almanyası'nın boşalttığı alana Amerikalılara göre “yeni bir fatih ve yeni bir müstebit” oturmuştu. Doğu Avrupa'daki Sovyet egemenliği, ABD'yi endişelendiren bir durum olarak ortaya çıkmıştı. Savaşın sona bu tehlikeyi gören ABD, sözde özel bir organizasyon olarak ortaya çıkan, Özgür Avrupa Komitesi'ni (Free Europe Committee) ve onun en eski ve önem arz eden birimi olan Radio Free Europe (Özgür Avrupa Radyosu / RFE) adlı propaganda radyosunu kurdu. Bu radyo istasyonu, 1953-1957 yılları arasında geniş kapsamlı propaganda kampanyalarına girişmiş olup soğuk savaşa “resmî olmayan bir destek” vermiştir. Radio Free Europe, radyo yoluyla dış propaganda tarihinde tekil bir öneme sahiptir. British Broadcasting Corporation (BBC) ya da Voice of America (VOA)'dan farklı olarak RFE, resmî olarak bir hükûmet adına konuşmuyor gibi görünmekteydi. Bununla beraber RFE, Amerika'nın sesi de değildi. RFE, daha çoğunlukta “sürgünlerin sesi” olarak yayın yapmakta ve Prag Radyosu, Budapeşte Radyosu, Varşova Radyosu ve diğer uydu istasyonlarının vatanperver ve demokratik bir iş birliği olarak faaliyetini sürdürmekteydi. 1949 yılının 1 Haziran'ında, New York'taki Empire State Binasında, güvenilir Amerikan vatandaşlarından oluşan ve asıl amacı, Doğu'dan gelen siyasi sığınmacılara ve ailelerine destek olmak şeklinde ifadesini bulan bir komite oluşturulmuştur. Siyasi sığınmacıların radyo yayınları vasıtasıyla komünizm rejimi sebebiyle “zulüm altında inleyen” yoldaşlarına yardım etmelerine izin veren bu “insani yardım komitesi”, Free Europe Committee'den başkası değildir (Lepeople, 1995: 35). RFE, 4 Temmuz 1950 tarihinde “Demir Perde'nin arkasından” yayın yapmaya başlamış ve Bulgaristan, Çekoslovakya, Macaristan, Polonya ve Romanya'ya kendi resmî dillerinde hitap etmiştir. Radyo, günümüzde bile bu ülkelere yayın yapmaya devam etmektedir. Münih'te konuşlandırılan RFE'nin merkezi, yayın karıştırmanın engellenmesi amacıyla uzun müddet gizli tutulmuştur. Hatta RFE'nin ilk yayını Frankfurt'un dışında kapalı bir yol üzerine yerleştirilmiş bir askerî kamyonun kassasından yapılmıştır. Günümüzde milyonlarca kişinin dinlediği ve ABD'nin resmî sesi olarak bilinen VOA'dan farklı olarak RFE ve RL, daha önce de belirtildiği gibi özel vakıflarca destekleniyor gibi görünmektedir (Uttaro, 1982: 105). Ancak, eski bir CIA çalışanı olan Cord Meyer (2000: 127), masum görünen RFE ve onun ikiz kız kardeşi Radio Liberty'nin (RL) gizli bir biçimde CIA tarafından desteklendiğini ortaya koymaktadır. Ona göre, RFE ve RL ile ilgili birçok çalışma yapılmasına rağmen, bu iki radyo istasyonunun Demir Perde ülkelerine yönelik yayınlarında CIA parmağının olduğuna ilişkin çok fazla yayın mevcut değildir. Daha çok komünizm yönetimi altındaki Doğu Avrupa ülkelerine yayın yapan RFE ve Rusya'ya yönelik yayın yapan RL'nin fikir babası ve bizzat takipçisi olan kişi, CIA yöneticilerinden Allen Dulles'tir. Bağımsız bir kişi statüsündeki Dulles, Free Europe Committee'nin

kurucu üyesidir ve hem bahse konu komite hem de 1951 yılında kurulan Radio Liberty Committee'nin kurucu üyeleriyle derin ilişkiler kurmuştur. 1951 yılında önem arz eden bir diğer gelişme illegal operasyonlar hazırlayan CIA'ya bağlı yeni bir servisin, Directorate of Plans (DOP)'un kurulması ve bu servisin başındaki Frank Wissner'in 1956 yılına kadar radyoların efektif kullanımını bizzat kontrol etmesidir (Lepeople, 1995: 36).

1971 yılına kadar bu şekilde devam eden sistem, daha sonraki yıllarda CIA ile bağlarını koparmış gibi görünmektedir. Ancak, belirtilmesi gereken şey, Dulles'in bu çabalarının Sovyet blokunda önemli bir etkisinin olduğu gerçeğidir. Hatta Cord Meyer (2000: 129) birçok Rus ve Doğu Avrupa evinde, RFE ve RL'nin dinlenmesinin bir ritüel hâline geldiğini ve Moskova'nın bu durumu engellemekte çaresiz kaldığını belirtmektedir. 16 Ağustos 1991 tarihinde eski KGB görevlisi Tümgeneral Oleg Kalugin, Münih'te yaptığı bir açıklamada, Doğu'daki komünist rejimlere karşı iki büyük savaş makinesinin var olduğunu ve bunların Radio Free Europe ve Radio Liberty olarak görüldüğünü açıkça belirtmiştir. ABD'nin dış politika hedeflerine uygun ve gizli gündemle yayın yapan bu iki radyo kanalı, ABD'nin resmî propaganda kanalı VOA'dan daha tehlikeli görülmüş ve genellikle dışlanarak mimlenmişlerdir (Lepeople, 1995: 31).

Uluslararası ilişkiler sahasında çalışan akademisyenler, devletlerin dört önemli enstrümanının varlığından bahsetmektedirler. Bunlar (1) Diplomatik, (2) Ekonomik (3) Askerî ve (4) Psikolojik (Propaganda) enstrümanlarıdır. RFE ve benzer radyo kanalları, özellikle soğuk savaş esnasında mükemmel birer propaganda aracı olarak kullanılmışlardır (Holt, 1958: 3-4). Radyonun kitleler üzerindeki gücünü gösteren en bilindik olaylardan biri, 1938 yılının Cadılar Bayramı'nda Orson Welles'in War of the Worlds oyununu gerçekmiş gibi algılatması ve bunun neticesinde kitlesel bir panik oluşturduğu, hatta trafik kazalarına ve intiharlara sebebiyet vermek suretiyle kitleleri ölüme sürüklediği gerekçesiyle yoğun bir biçimde eleştirilmesidir. Ancak II. Dünya Savaşı'nda 1939 yılında BBC'nin sabah saat 6.00'da yaptığı yayınlı Büyük Britanya'nın Almanya'yla savaşa girdiğine ilişkin haber, radyo yayıncılığına bakışı değiştirmiştir (Crook, 2002: 73). Yine radyo propagandasıyla ilgili olarak İngiliz BBC'ye ilişkin bir parantez açmamız gerekirse, özellikle II. Dünya Savaşı döneminin başlarında, BBC Drama Departmanı'nın Nazi propagandasına karşı durmak ve millî birlik hislerini artırmak amacıyla özel bir çalışma içinde olduğunu görürüz. Nazi Almanyası'nın tek sesli ve monolitik yapıdaki propaganda gücünü kırmak amacıyla, başta Louis MacNeice ve Stephen Potter olmak üzere birçok yazar, BBC'ye çeşitli piyesler ve dramalar hazırlamaları için işe alınmışlardı. "Kör bir kitle iletişim aracı" olarak tarif edilebilecek olan radyo, her

şeyini dinlemeye yani kulağa borçludur. Bu yüzden BBC tarafından üretilen radyo yayınlarında da dramatisasyon, yani dramatik anekdotlar, ses efektleri ve müzikler yoğun ve etkili bir biçimde kullanılmıştır (Goody, 2018: 194-195).

Crook'un (2002: 179) tabiriyle II. Dünya Savaşı, radyoculuğu "ergenlikten yetişkinliğe geçirmiştir". Almanya'da zeki taktik uzmanı Dr. Paul Joseph Goebbels'in mihmandarlığında Nasyonal Sosyalistler radyoyu, üstelik Britanya ve Amerika'dan üstün bir biçimde, bir propaganda makinesi olarak kullanmayı başarmışlardı. Almanya'da radyo, Üçüncü Reich döneminde en üst düzeyde kullanılmaya başlanmıştır. "Savaş zamanı sözcükler birer silahtır." diyen Nazi Almanyası Führeri Adolf Hitler'in bu sözünü doğrularcasına, 1930'ların ikinci yarısında, Almanların büyük bir çoğunluğu bu yeni kitle iletişim aracına fiziksel bağlantı sağlayabilmişlerdi. Nazi yönetimi radyonun tüm evlere girebilmesi için olağanüstü bir gayret göstermekteydiler. Goebbels'in tabiriyle, "Savaşı halk üzerinde kazanmak" ve kamuoyunu yönlendirmek için verilen bu çabanın neticesinde Naziler, var olan en ucuz ve en güçlü radyo setlerini kurmuşlar ve 1933 yazında 76 Reich Mark bedeliyle ve taksitlerle ödeme seçeneğiyle "halkın alıcısı" yani Volksempfänger pazara çıkmış ve bunun neticesinde, 1933 yılında 1,5 milyon radyo seti satın alınmış, 1934'de bu sayı 6 milyona, 1938'de 9 milyona ve 1941 yılında 16 milyona ulaşmıştır. II. Dünya Savaşı'nın başında Alman hanelerinin %70'i radyo setine sahipti ve bu oran dünyadaki en yüksek oranlardan biri olarak tarihe geçmiştir (Gassert, 2001: 82). Huriye Kuruoğlu'na göre (2006: 8-10) radyonun propaganda amacıyla kullanıldığı iki önemli dönem mevcuttur. Bunlardan birincisi II. Dünya Savaşı dönemi, ikincisiyse soğuk savaş dönemidir.

Hitler, Nazi propagandasının orijinal olmadığını açık yüreklilikle belirtmektedir. Kavgam adlı kitabında çoğunlukla kendisini besleyen kaynakların kilise, Marksist partiler ve Almanya'nın düşmanları olduğunu yazmaktadır. Hitler'e göre propaganda, temel prensiplerinin hemen hemen her insan tarafından öğrenilebileceği, ancak uzmanlaşmanın doğuştan gelen bir yetenekle mümkün olduğu bir sanattır. Ona göre, sıradan insanlar anlaşılması güç kompleks yapıdaki tartışmalardan kaçır ve zekâdan ziyade, duygular vasıtasıyla komuta edilir ya da komuta edilmek isterler. Bu yüzden ki Nazi retoriği zor sorunlara detaylı açıklamalar yapmaktan imtina etmek üzerine kuruludur. Hitler'in düşüncesine göre, etkileyici bir lider konuları basitleştirir ve birbirinden apayrı konumlarda olan muhalifleri bile tek potada eritmek suretiyle hikâyesini oluşturur. Propaganda çabasında, anlaşılması güç bir anlatıma başvuran ya da birden çok düşmana ayrı ayrı saldıran lider, kaybetmeye mahkûmdur. Adolf Hitler'in yanı sıra ve kuşkusuz ki ondan daha sistematik ve güçlü bir biçimde propaganda metotlarını ortaya koyan isim daha önce

de kendisinden bahsedilen Dr. Paul Joseph Goebbels'dir. Goebbels'in propaganda metoduna ilişkin anahtar başlıklar, aslında her biri ayrı alt başlıklarda incelenebilecek on dokuz maddede özetlenebilir:

1. *Propagandistlerin olayları ve kamuoyunu ilgilendiren istihbari bilgiye tam ulaşımı olmalıdır.*
2. *Propaganda, tek bir otorite tarafından planlanmalı ve uygulamaya konmalıdır.*
3. *Bir hareketin propaganda sonuçları, o hareketi planlama aşamasında belirlenmelidir.*
4. *Propaganda, düşmanın politikalarını ve hareketlerini etkilemelidir.*
5. *Herhangi bir sınıflandırmaya tâbi olmayan, işlevsel enformasyon bir propaganda kampanyasında mutlaka var olmalıdır. (Haber yaratma/var olmayan bir kaynağa inanırcılık atfetme vb.)*
6. *Algılanabilir olması için, propaganda izleyicinin ilgisini uyandırmalı ve bu doğrultuda dikkat çekici bir kitle iletişim aracı vasıtasıyla sunulmalıdır.*
7. *Propaganda çıktısı ister yanlış olsun ister doğru, mutlak surette inandırıcı olmalıdır.*
8. *Düşman propagandasının amacı, içeriği ve etkinliği; bir skandalın gücü ve etkileri ve var olan propaganda kampanyalarının doğasına bakılmak suretiyle, düşman propagandasının görmezden gelinmesine ya da yalanlanmasına karar verilmelidir.*
9. *İnandırıcılık, istihbarat ve iletişimin olası etkileri, propaganda için kullanılan materyalin sansür edilip edilmeyeceğini belirler.*
10. *Eğer propagandistin amaçlarına hizmet edecek ya da düşmanın prestijini indirgeyecekse düşman propagandasından elde edilen veriler de kullanılmalıdır.*
11. *Eğer beyaz propaganda daha az inandırıcı olacak ya da istenmeyen sonuçlar verecekse kara propagandaya başvurulmalıdır.*
12. *Propaganda kampanyaları prestijli liderlerce desteklenmelidir.*
13. *Propaganda dikkatli bir zamanlamayla yapılmalıdır.*
14. *Propaganda kişileri ve olayları ayırt edici sıfatlar ve sloganlarla etiketlenmelidir.*
15. *Sivil cepheye yönelik propaganda faaliyeti daha sonra panik yaratmaması açısından boş umutları önleyici bir biçimde gerçekleştirilmelidir.*
16. *Sivil cephedeki propaganda faaliyeti optimum heyecan seviyesinde tutulmalıdır.*
17. *Sivil cephedeki propaganda faaliyeti hüsranın/mağlubiyetin etkisini giderecek şekilde yapılmalıdır.*
18. *Propaganda faaliyeti nefret edilecek hedefleri belirlemek suretiyle hırsı belli bir noktaya odaklamalıdır.*
19. *Propaganda derhal bir ters eğilim etkisi göstermemekle beraber, bir yol ya da aksiyon önermelidir (Dobb, 1950: 419-442).*

Nazi yönetimi, yaygın bir kitle iletişim aracı olan radyodan sonuna kadar faydalanmış ve bu araç vasıtasıyla 20. yüzyılda okuma-yazması olmayan kitlelere süratle propaganda yapmayı başarmıştır. Kuruoğlu'na göre, Goebbels'in kontrolü altında yürütülen propaganda çalışmalarında radyo, kalabalıklarda hipnotizma etkisi yaratabilecek mesajları verebilecek en güçlü araçtı (Kuruoğlu, 2006: 12-13).

Goebbels, Onuncu Alman Radyo Fuarı'nda 18 Ağustos 1933 tarihinde yaptığı konuşmada, Napolyon'un basını "dünyanın yedinci süper gücü" olarak nitelemesine karşılık radyoyu, "dünyanın sekizinci süper gücü" olarak nitelendirmiştir. Goebbels'e göre daha önce, yalnızca eğlence ve oyun amacıyla kullanılan radyo gibi bir gücün, partizan ve siyasi amaçlarla kullanılması gerekmektedir ve eylem odaklı modern bir yapı olarak tarif edilen Nasyonal Sosyalist devrimin radyo konusundaki bakış açısını değiştirmesi ve vadesi dolmayacak metotlar geliştirmesi sağlanmalıydı. Onun, Alman Devrimi adını verdiği devrim, uçaklar ve radyo olmaksızın gerçekleştirilemezdi (Goebbels, 2019: 119-121).

SSCB'ye baktığımızda, yine radyonun en önemli KİA'lardan biri olduğunu görmekteyiz. Genç Sovyet Rusya'nın kullandığı en önemli KİA, radyoydu. Sınırları ve mesafeleri aşmak suretiyle, kent ve köyü yekdiğerine bağlayan ve "Bolşevizm" kelimesini en az eğitim gören köylü kitlelere bile öğreten bir güç atfedilmişti radyoya. Radyo sayesinde ülke yalnızca yönetilebilir olmaktan ziyade, aynı zamanda kültürel olarak yekvücut hâline getirilebilirdi. Erken Sovyet dönemi araştırmacılarının birçoğu için radyo, sadece bir iletişim cihazı değil, bunun da ötesinde insanoğlunu daha akılcı ve modern hâle getirerek bireyselliği ön plana çıkaran burjuva dünyasını dönüştürüp kolektif toplumun yaygınlaşmasını sağlayıcı bir metafor olarak kullanılmaktaydı. Radyo, o dönem Rusya'sında bilim kurgunun ütöpik dünyasını da besleyen en önemli faktördü. Alexandr Beliaev'in Bor'ba v Efire (Ether'in Harbi) adlı eserinde bir Moskovalı, kendisini geleceğin SSCB'sinde, kablosuz iletişimin merkezi olan Radyopolis kentinde bulur. Bu kentte günümüzdeki cep telefonlarına benzeyen iletişim araçları kullanılmaktadır. Radyopolis aynı zamanda yabancı kapitalistlerle verilen mücadelenin de merkezidir. Romanda Amerikalılar, Sovyet Rusya'yı yok etmek üzere bir "ölüm ışını" yapmaya ve bunu da radyo vericileri sayesinde göndermeyi planlarken; SSCB, bunu engellemek için yine radyoyu kullanmaktadır. Yani SSCB'de o dönemde ve sonrasında diğer ülkeler gibi radyo yayınlarına büyük önem atfetmektedir. Moskova Radyosu hem iç hem dış yayınlarda kullanılagelmiş ancak BBC ve VOA kadar etkin olamamıştır (Lovell, 2015: 152-153).

Resim 1. Sovyet Yayincılık Rüyası: Kremlin Sarayı'nın üstünde Shukhov Kulesi

3. Asya'da Radyo Yayıncılığı ve Propaganda

Çin'e bakıldığında, radyonun toplumun hayatına güçlü bir biçimde girişinin Komünist Parti'nin iktidara gelişiyle olduğunu söyleyebiliriz. Çin Cumhuriyeti'ndeki en eski siyasi parti olarak bilinen Kuomintang döneminde (Çin Milliyetçi Partisi) Şangay başta olmak üzere birçok büyük kentte ticari radyoların var olduğu bilinmektedir. Aynı dönemde devlet radyosunun çok gelişmiş olduğu söylenemez. Komünist Parti'nin radyoyu ideolojik bir silah olarak kullanmaya başlaması ise Hsin-Hua Yayın İstasyonu'nun kurulmasıyla olmuştur. 1949 yılında parti iktidara geldiğinde, ülkede halihazırda yayın yapan kırk dokuz "Kızıl" radyo istasyonu mevcuttu. Ancak, partinin öncelikli hedefi bu yayınları güçlendirmek ve ülke çapında yayıncılığa çevirmektir.

Çin, komünist yönetime geçmekle birlikte SSCB, Çekoslovakya, Macaristan ve Doğu Almanya'dan teknik destek ve radyo endüstrisi alanında yoğun yardımlar almaya başlamıştır. Ancak bu yardımlardan çok çabuk sıyrılan Çin hükûmeti, tüm teknolojik alt yapısını kendisi oluşturmakla kalmamış aynı zamanda komünist Kuzey Vietnam ve Kamboçya gibi ülkelere de teknik ve teknolojik destek vermeye hızla başlamıştır. Bununla beraber, televizyonda yapılan yayınlar tamamen Pekin mahreçli hâle dönüşürken, ülkede radyo çalışmaları ve dizayn enstitüleri kurulmuş; sosyal bilimler alanında gelişmeler yaşanırken, Çinli radyo mühendisleri ve teknisyenleri öz kaynaklarla yetiştirilmeye başlanmıştır. Böylesi bir yapılanmanın nüvesini ise Halkın Merkezi Radyo İstasyonu Kurumu oluşturmuştur. Yayınların önemli bir kısmı propaganda faaliyetlerinden ibarettir (Howse, 1960: 55). 1965 yılının Aralık ayında komünist Çin, "halkın radyo yayınının" başlangıcının yirminci yılını kutlamıştır. Mao Zedung, radyonun Çin halkına ve dünya halklarına

hizmet etmek için kullanılması gerektiğini her fırsatta belirtmiştir. Liu Shao-Chi, Chou En-lai ve Chu Teh gibi Çin Komünist Partisinin önemli üyeleri de radyoyu sosyalist devrimin ve Mao'nun emperyalizmle savaşa ilişkin fikirlerinin propagandasının yapılması için en önemli silah olarak görmüşlerdir. Bununla beraber, Çin Komünist Partisi Propaganda Sorumlusu Lu Ting-yi, radyo yayınlarının “sınıf mücadelesinin en önemli silahı” olduğunu belirtmektedir (Jan, 1967: 305).

Bu vesileyle ülkenin dört bir yanına yayın yapabilen vericiler sayesinde, çocuk programları bile propaganda faaliyeti için kullanılagelmiştir. Çin'in ünlü radyo çocuk programı “Küçük Trampet”te yayımlanan çocuk şarkısı “Uzun, uzun tren” bu duruma bir örnektir (Howse, 1960: 59, 65):

Tren, yeniden inşa ile meşgul...

Wang Tang Tang, Wang Tang Tang!

Büyüdüğümde ben de bir tren kullanacağım,

Tuğlalar taşıyacağım, çelik taşıyacağım.

Güneye, batıya, kuzeye ve her yere...

Ülkenin dört köşesini, yeniden inşa etmek için anavatani,

Tren, tren hızlıca buharını sal!

Wang Tang Tang Tang, Wang Tang Tang.

Çin, dış ülkelere yönelik propaganda yayınına 1950 yılında başlamış olmasına rağmen, bu süreçte ve bu alanda İngiltere, ABD ve SSCB ile beraber dört büyük güçten biri olarak nitelendiriliyordu. 1956 yılına gelindiğinde Kamboçya ve Laos gibi ülkelere Çince, Yakın ve Orta Doğu'ya İngilizce, Avrupa'ya ise İngilizce ve İspanyolca radyo yayınları yapan Çin; 1957 yılında Arapça, Farsça ve Türkçe yayınlara da başlamıştır. 1959 yılı itibarıyla bu yayınlar daha da güçlendirilmiş, Hintçe ve Japonca yayınlar yapmak suretiyle bölgedeki hâkimiyetini artırma yoluna gitmiştir (Howse, 1960: 67-68).

Çin Radyosu'nda yayımlanan müzik tarzı bile yıllar içinde değişiklik göstermiş ancak öncelikli olarak iç propaganda malzemesi olarak kullanılagelmiştir. 1920'li ve 30'lu yıllarda Çin Komünist Partisi, Sovyet Rusya'dan, Avrupa klasik müziğinden ve geleneksel Çin melodilerinden esinlenmek suretiyle kitlesel ayin müziği tarzında geming gegu (devrimci şarkılar) üretimine ağırlık vermiştir. Aynı zamanda parti üyesi de olan Nie Er, Xian Xinghai gibi müzisyenler bu marş tarzı, diyatonik ve kitlesel olarak eşlik edilebilecek müziklerin bestelenmesine öncülük etmişlerdir. Ancak bu noktada belirtilmesi gereken şey, 1978 yılı sonrasındaki dış kültürlerle açılma zorunluluğu neticesinde geming gegu ve onun üreticilerinin sadece Komünist Parti yönetimi ve eski nesil için kutsal kaldığıdır (Hamm, 1991: 9).

Japonya'da Pasifik Savaşı döneminde radyo hükümetin emrindeydi; savaş ve siyasi propaganda için yoğun bir biçimde kullanılmaktaydı. Ülkenin askerî açıdan gelişmesiyle eş zamanlı olarak Japon radyo yayınları Asya ve Avrupa ülkelerinin dillerinde yayınlar yapmaya başlamıştır. İşgal edilen ülkelerden birçok radyo istasyonu devralınmış ve kullanılmıştır. Radyo dinleyicisi sayısının artmasıyla ve tabii savaşın etkisiyle, milliyetçi fanatizm yükselişe geçmiştir. Bu dönemde Japonya'da radyo, hem toplumsal entegrasyonu hem de devlet kontrolünü güçlendiren en önemli KİA olarak ortaya çıkmıştır (Zygulski, 1970: 149). Aslında Japon yayıncılık politikasını temelden değiştiren olay, Mançurya Olayı'dır (Manshu Jiken). O döneme kadar Japonya uluslararası yayıncılık konusunda önemli bir hamle yapmamıştır. Uluslararası radyo yayınlarının kullanılmaya başlanmasının temel sebebi, Mançurya'nın Japonlar tarafından kolonize edilme çabasının desteklenmesidir. Bunun hemen sonrasında Japonya, Tokyo'nun görüşlerini dünyaya anlatabilmek için radyoyu birincil KİA olarak kullanmaya karar vermiştir (Robbins, 1997: 27-28). Bu durum özellikle Pearl Harbour baskınından sonra daha da önem kazanmaya başlamıştır. Bu baskından sonra ABD'de, Japon düşmanlığı ve ırkçılık, radyo programlarında hız kazanmıştır. Batı'da genellikle eleştiri yağmuruna tutulan bu kaba ve kara propaganda tarzı, bizzat Batılılarca en sert biçimde kullanılmış ve doğal olarak Japonya'da bu duruma kayıtsız kalamamıştır. ABD'de Pearl Harbour'dan sonra yapılan ırkçı radyo propaganda yayınlarına verilebilecek birden fazla örnek mevcuttur:

Dinleyin! Bir hayvanat bahçesinde iyi yetiştirilmiş bir maymun izlediniz mi hiç? Onların eğitimcilerini ne şekilde taklit edebildiklerini gördünüz mü? Maymun insanın hareketlerini öylesine ustalıkla taklit edebilir ki neredeyse bir insan gibi görünür. Ancak kürkünün ardında o hâlâ vahşi, küçük bir şeytandır!

Şimdi taklitçi küçük Japonları düşünün. Yetmiş beş yıl boyunca medeni insan olmaya çalışmış ve kendini öyle olduğuna inandırmış.

Bu kaba Amerikan propagandası, Neil Hopkins'in sunduğu bir program olan The Treasury Star Parade'in, "A Lesson in Japanese" bölümünden aktarılmıştır. Araştırmacı Gerd Holden'e göre (2002: 54-55) Amerikalılar, Almanlara bile eşit bir düşmanlık hissiyle yaklaşırken Japonlara "ırkçı bir düşmanlık ve nefretle" yaklaşmaktaydılar.

4. Asya'da Bir Millet, İki Devlet: Kore Yarımadası'nda Propaganda Faaliyetleri

*There is a crack in everything,
That's how the light gets in
(Leonard Cohen)*

Kore Savaşı, her ne kadar komünizmle kapitalizm arasındaki harbin bir müddet sıcak seyretmesine sebep olsa da 1946'dan Sovyetler Birliği'nin çöküş tarihi olarak imlenen 1991 yılına kadar soğuk savaş denilen süreç devam etmiştir. Bu dönem, ideolojik çatışmanın radyo dalgalarıyla ifadesini bulduğu bir dönem olarak da adlandırılabilir. Mücadele hem karşıt blokların bir diğerinin içinden taraftar ve destekçi devşirmek amacıyla hem de ABD ya da SSCB güdümünde yer almayan toplum ve devletleri etkilemek için devam etmiş ve bu minvalde uluslararası radyo yayıncılığı "ideolojiler savaşında" ana silah olarak kullanılmıştır. NATO ya da Varşova Paktı'na üye olmamış tarafsız devletler bu radyo yayınlarına sürekli maruz kalmışlardır (Somerville, 2012: 55).

Kore Savaşı, silahlı bir mücadele olmakla beraber aynı zamanda bir propaganda savaşına da sahne olmuştur. Başkan Truman döneminde Güney Kore'nin işgalinden 24 saat sonra, propaganda bildirimleri havadan Kore'nin kuzeyine atılmaya başlanmıştır. 48 saat sonra ise Tokyo'dan Kuzey Kore'ye radyo dalgaları vasıtasıyla propaganda yapılmaya başlanmıştır. Doğal olarak böylesi hızlı bir propaganda faaliyeti hazırlıksız yürütülemezdi. II. Dünya Savaşı döneminde Japonya'ya karşı kullanılan ve tüm Uzak Doğu coğrafyasında etkisi hissedilen psikolojik harp öğeleri, 1947 senesinde yeniden, bu kez bölgedeki komünizm tehdidine karşı etkin hâle getirilmiş ve Psikolojik Harp Birimi yeniden canlandırılmıştır. Psikolojik Harp Birimi'nin Kuzey Kore'ye ilişkin üç temel amacı mevcuttu:

1. *Kuzey Kore askerî birliklerinin etkinliğini ve direncini zayıflatmak.*
2. *Kuzey Kore halkına savaşın gidişatı hakkında doğru bilgi vermek.*
3. *Güney Kore askerleri ve halkının morallerini yüksek tutmak.*

Bu amaçları güçlendirmek için kullanılan ana temalar ise şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Düşman askerine yönelik:
 - a. Teslim ol! Sana iyi davranılacak, güzel yemeklere ve iyi bir sağlık hizmetine kavuşacaksın!
 - b. Teslim ol ve savaş biter bitmez evine güven içinde kavuş!
 - c. Birleşmiş Milletler'in ateş gücü, asker sayısı ve diğer araç gereçlerinin üstünlüğüne karşı mücadele etmenin imkânı yoktur!
 - d. Yaşayan bir vatansever, ülkesine ölü bir vatanseverden daha fazla hizmet edebilir.
2. Sivillere yönelik:
 - a. Komünistler, tüm Kore'yi köleleştirecek ve kukla devlet hâline sokacak acımasız bir savaş başlatmışlardır.

- b. Komünistler, Kore ekonomisini kendi çıkarları için sömürmek üzere buradadırlar.
- c. Komünistler, birlik ve barıştan bahsetmekte ancak savaşı ve düşmanlığı körüklemektedirler.
- d. Tüm Koreliler kardeştir. Ancak komünistler Kuzey'i Güney'e düşman etmek için uğraş vermektedirler.
- e. Birleşmiş Milletler vasıtasıyla dünyadaki tüm özgür uluslar, komünist işgaline karşı Güney Kore'yi desteklemektedirler (Far East Command Report, 1951: 65, 68-69).

Yukarıda verilen bilgilerin 1951 yılında hazırlanan Uzak Doğu Komuta Raporu'ndan alındığını gözden kaçırmaksızın, "gerçek propaganda"nın, "gerçek enformasyon" vermek gibi bir amaca hizmet etmediğini de bilmemiz gerekmektedir. Hector Borrat (2007: 6), bir haberin içerik kalitesinin üç önemli kriteri olduğunu belirtmektedir: Uluslararası kaynaklardan beslenen enformasyon, ciddiyet ve haberin saflığı. Ancak yine Borrat'a göre propaganda denilen şey, genellikle sayılan bu üç kriteri içinde barındırmaz. Çünkü propaganda süreci, enformasyon süreci olduğu kadar bir ikna sürecidir. Dolayısıyla enformasyon akışının kontrolü, kamuoyunun belli fikirler doğrultusunda yönlendirilmesi ve gayet doğal bir biçimde manipülasyonu beraberinde getirmektedir (Quintero, 1990: 28). Güven'e göre (2018: 201) "psikolojik harp kavramı, II. Dünya Savaşı'ndan itibaren yoğunlaştırılmış bir biçimde duyulmaya başlanan bir kavramdır ve radyo, broşürler ve diğer KIA'larla birlikte kullanılan ve manipülasyonu içeren bir öge olagelmıştır. Propaganda savaşlarında genellikle aynı taktikler ve modeller kullanılır: (1) Bir dış düşman bulmak ve bu fikri somutlaştırarak basitleştirmek, (2) Seçilen temayı çarpıtmak ve abartmak, (3) Merkezî fikri, ister yalan olsun ister gerçek olsun sürekli tekrar etmek ve ikincil fikirler vasıtasıyla desteklemek, (4) Geleneksel önyargıları ve mitleri devreye sokmak, (5) Fikir birliği yaratmak ve bulaşıcı hâle getirmek, (6) Genel kanaatin koşulsuz kabul edilmesini sağlamak, (7) Otoriteleri güvenilir olarak nitelendirmek, (8) İkna edici bir biçimde ve mütemadiyen tekrar etmek suretiyle propagandayı halkın gündelik yaşamına ve diline sokmak (Munoz, 2011: 7-8).

ABD ve Japonya ile beraber, BM'de özellikle Kuzey Kore'ye yönelik propaganda yayınlarına devam etmiştir. Birleşmiş Milletler Kore Komisyonu (UNCOK) adı verilen komisyon, radyo yayınları vasıtasıyla psikolojik harbin unsurlarını kullanmıştır. Bu radyo yayınlarının temel amacı, "Güney ve Kuzey Kore halklarını Komisyonun hedefleriyle ilgili olarak bilgilendirmek ve özellikle iki Kore'nin birleşmesi soruna parmak basmaktır." Ancak, görünürdeki amacın haricinde bu yayınlar, Kuzey Kore halkını ve yönetici eliti, Kore'nin komünist egemenlik sahasından çıkmak suretiyle bütünleşmesi konusunda ikna etmeyi amaçlamaktaydı. Her ne kadar Komisyonun bu konudaki umudu az olsa da, BM'nin bu radyo yayınlarının, Pyongyang Radyosu'nun "düşmanca" yayınlarına bir cevap mahiyetinde olduğunu göz-

den kaçırmamak gerekir. 11 Mayıs 1950 tarihinde yapılan bir UNCOK yayınında şu noktalara vurgu yapılmaktaydı:

Sizi ziyaret etmek isteğimizdeki bu ısrar neden biliyor musunuz? Bunun sebebi Güney'de yaşayan kardeşlerinizin birleşmeye karşı duydukları muazzam istek ve özlemdir. İnaniyoruz ki, sizler de 38. paralel boyunca yaşanan bu trajik olayların sonunun gelmesini arzuluyorsunuz.

Sizlere Güney'deki insanlarla nasıl bir bağ içinde olduğunuzu hatırlatmamıza gerek yok. Onlar sizin insanlarınız, aynı kan ve ırktan geliyorsunuz. Ayrılığın acısını bu ülkenin halklarından daha fazla kim hissedebilir ki?

Komisyon adına, sizlere tüm samimiyetimizle ve tekraren şunu belirtiriz ki, biz dost elimizi sizlere açtık ve sizleri Kuzey'de ziyaret etmek istiyoruz.

Cevabınızı dört gözle beklemekteyiz.

Radyo yayını her ne kadar dinleyici kitlesi olarak kimi hedeflediğini belirtmese de metinden anlaşıldığı kadarıyla öncelikle yönetici eliti ya da iyimser bir tahminle bütün Kuzey Kore halkını muhatap almaktadır (Gordenker, 1954: 332).

Bir diğer propaganda unsuru olarak adlandırılabilir ve Kore Savaşı esnasında özellikle havadan atılan propaganda bildirileri, gereken etkiyi yaratamamıştır. Bunun en temel sebepleri Batı'nın oryantalist bakışı, Amerikalıların propaganda bildirilerinde Asyalı stereotipi aşağılayıcı bir biçimde kullanmaları ve bunun yer yer ırkçı bir bakış açısını yansıtmaları şeklinde sıralanabilir. Daha önce örneği sunulan Japonya'ya yönelik bakış açılarını yansıtan radyo yayınına benzer bir biçimde, propaganda bildirilerinin bir teslimiyet isteği yaratmaktan ziyade karşı tarafta nefret duygusunu körüklediğini de müşahede etmek mümkündür (Collins & Pritchard, 2016: 220).

Resim 2. Kore Savaşı'nda ABD tarafından atılan propaganda afişlerine bir örnek



Kuzey Kore lider kadrosu da propaganda savaşının ne denli önemli olduğunun farkına varmıştır. Dönemin Kuzey Kore lideri ve ülkenin kurucusu Kim Il Sung, Kore Savaşı'nın başlamasından iki gün sonra, 27 Haziran 1950 tarihinde yaptığı bir konuşmada, propagandanın önemine değinmiştir. Ona göre, Kore Halk Ordusu'nun askerî başarıları bütün halka tanıtılmalı ve bunun propagandası gecikmeksizin doğru zamanda yapılmalıdır. Kim'in tabiriyle "Kore'nin güneyindeki kukla çetenin" her türlü medya yoluyla söyledikleri yalanları etkisiz kılmanın yolu ancak tüm propaganda metotları ve araçlarının mobilize edilmesinden geçmektedir. Eğer bu araçlar doğru bir biçimde kullanılırsa daha çok Koreli, Kore Halk Ordusu'nun safında mücadeleye katılacaktır. Bu minvalde hem Güney hem Kuzey Kore'de savaş esnasında diğer medyanın yanı sıra öncelikli olarak Bira adı verilen propaganda afişleri kullanılmıştır (Kim, 2016: 299, 302). Özellikle Kore Savaşı esnasında, propaganda amacıyla Bira'nın radyodan daha yoğun bir biçimde kullanılmasının temel sebebi, 1950'lerde Kore'deki radyo cihaz sayısının azlığıydı. O dönemde her 100 kişiye bir radyo cihazı düştüğü için en temel propaganda silahı Bira olmuştur (Kim & Haley, 2018: 939-940). Kim Eun-Jeong'a göre, savaşın başlarında Kuzey Kore tarafından üretilen propaganda afişleri, ABD tarafından üretilenlerden daha fazla ilgi çekmiş ve taraftar toplamıştır (Kim, 2016: 301).

Bununla beraber özellikle Uzak Asya'da "büyük güçlerin" de emelleri mevcuttu. Örneğin, Sovyet rejimi kurulduğu andan itibaren, emperyalizmin Asya'da önemli bir çöküş içinde olduğunu görmekteydi. Lenin, daha 1923 yılında Moskova Radyosu'nun dinleyicilerine mütemediyen SSCB'nin öncülüğünde Hindistan'da, Çin'de ve diğer Doğu devletlerinde sosyalizmin galebe çalacağına yönelik yayınlar yapması gerektiğini belirtmektedir. Lenin, bölgede çöküş hâlinde bulunan emperyalizmin yerini er ya da geç sosyalizme bırakacağına dair bir ön görüye sahipti. Buna rağmen, başlangıçta Moskova Radyosu, Çin'deki komünist zaferlerini ve Mao'nun başarı şansını açıkça önemsememekteydi. Ancak Şangay'ın düşüşüyle beraber, Moskova Radyosu ilk kez Çin komünistlerinin başarılarına yer vermeye başlamıştır. Fakat Kore sorununa bakıldığında, Güney Kore lideri Syngman Rhee'ye, sürekli olarak önce Japonlara, daha sonra Amerikalılara ülkeyi harabeye çevirme fırsatı veren bir iş birliği olarak bakılıyor ve Moskova Radyosu'nda devamlı surette eleştiriliyordu. Bununla beraber, Sovyet radyosuna göre 38. paralelin güneyindeki halk, Kuzey'deki özgür ve bağımsız yoldaşlarıyla birleşme isteğindeydi (S.D.U., 1950: 434, 437). Sovyetler Birliği'ndeki radyo yayınlarının haricinde, yazılı medya da aynı konuları işlemekte, hem iç hem dış kamuoyuna çeşitli mesajlar vermektedir.

Pravda ve Izvestia gazeteleri, öncelikli olarak Kore'deki Japon etkisini kırmak, ondan daha da önemlisi Amerikan emperyalizmini bu yarımadadan çıkarmak için gerekli yayınları yapmaya çalışmaktaydı. Örneğin, emperyalist Japonya ile ilgili bir rapor her iki gazetede de 1946 yılının Ocak ayında yayımlanmıştır. Rapora göre, Kore'deki ilerici güçlerin dört temel amacı olmalıydı: (1) Japon kanunlarının geçerliliğini ortadan kaldırmak, (2) Japonlara ait olan tüm toprakların Koreli çiftçilere dağıtılması, (3) Koreli iş birlikçilere ve Japon hainlere ait olan bankaların, ulaşım yollarının ve sanayi tesislerinin derhal millileştirilmesi ve (4) İfade, basın, gösteri ve toplantı haklarının tesis edilmesi. Güney Kore konusuna gelindiğinde ise bu iki gazetenin tavrında yine bir değişiklik olmamış; Güney Kore lideri Syngman Rhee, Kore'den uzak kaldığı yıllar boyunca ülkesinin sorunlarından bihaber yaşamış bir kukla lider olarak tanımlanmıştır. Pravda ve Izvestia gazeteleri, Sovyet medya modeline uygun bir biçimde radyo yayınlarına paralel ve onu destekleyici bir yayın politikası izlemiş ve bu minvalde "baskı altında yaşayan" Güney Kore halkının "kapitalistlerin rehinesi" konumunda yaşadıkları tezini işlemiştir. Doğal olarak, Kuzey Kore'nin başarıları ve ilerici hamleleri, birleşmiş bir Kore için bir umut ışığı olarak tanımlanmıştır (Richards, 1960: 164, 168). Buna ek olarak SSCB, Güney Kore'ye ilişkin önemli araştırmalar yapmıştır. Koreevedy (Koreolog) olarak bilinen Rus bilim adamları, Kore tarihi, siyaseti, ekonomisi, edebiyatı, dili ve Kore'yle ilgili diğer konularda çalışmışlar ancak genellikle propagandaya yönelik, sığ ve dogmatik oldukları gerekçesiyle eleştirilmişlerdir. Sovyet Koreologlarının bu şekilde yayınlar ortaya koymalarının temel sebebinin, bilgisizlikten ziyade, ideolojiden bağımsız düşünememe hâli olduğunu belirten Basil Dmytryshyn, bu eserlerin öncelikli olarak Lenin, Kim Il Sung ve Leonid Brezhnev'in söylevlerinden ve Güney Kore'ye ilişkin eleştirel çalışmalardan beslendiğini de ortaya koymaktadır (Dmytryshyn, 1982: 76). SSCB'nin yıkılışından sonra bile ayakta kalmayı başaran Kuzey Kore rejiminin, bu kaynaklardan beslenmiş ve besleniyor olması muhtemeldir.

Bu noktada bir parantez açmamız gerekirse Kuzey Kore'yle ilgili incelenen Batılı kaynakların da, eleştiriye uğrayan SSCB kaynaklarından farklı bir tarza sahip olmadığı, Kuzey Kore yönetimini üstelik çoğunlukla tahminlere dayanarak "şeytanlaştırdığı" da gözden kaçırılmamalıdır. Örneğin, Kore Savaşı esnasında, Amerikalı General MacArthur'un psikolojik harp birimini yöneten J. Woodall Green, radyo programcısı Binbaşı T.O. Mathews'e şu emri vermiştir: "Kore'ye psikolojik harbi başlatmak amacıyla bu akşam senden 30 dakikalık bir yayın süresi istiyorum." Bu kesin emrin üzerine Binbaşı Mathews, o gece saat do-

kuzda Tokyo'daki Japon Radyo İstasyonu'nu kullanmak suretiyle, The Voice of United Nations Command isimli programa başlamıştır. Bununla beraber savaş esnasında sadece psikolojik harp için ABD Silahlı Kuvvetleri bünyesinde, 1. Radyo Yayını ve Hoparlör Grubu (1st Radio Broadcast and Loudspeaker Group, 1st RB&L) gibi gruplar kurulmuştur (Jacobson, 2005: 57).

Bu propaganda faaliyeti, o günden bu güne kadar Kuzey Kore resmî makamlarınca, dolayısıyla medyası tarafından da kullanılagelmiştir. Günümüzde Güney Kore hükûmeti, Kuzey Kore tarafından “emperyalist Amerika'nın kuklası” olarak nitelendirilmekte ve medyadan verilen mesajlara göre, Güney'de yaşayan kardeşler gerçek saflaşma ve özgürlük arayışında olan bir halk olarak idealize edilmektedir. Kuzey Kore'deki “içtiğimiz su kadar saf ve temiz vatandaşlar”ın karşısında, Güney Kore'de emperyalizm tarafından zehirlenen [ve kurtarılmayı bekleyen] bir halk bulunmaktadır. Tüm bunların sorumlusu ise “çürümüş bir sözde yönetim” ile “çürümüş bir sözde medya”dır (Myers, 2010: sny).

Günümüze geldiğimizde Güney Kore popüler kültürüne küresel bir ilginin artarak devam ettiğini görmekteyiz. Güney Kore menşei popüler televizyon yayınları öncelikli olarak komşu Asya ülkelerinde tüketilmeye başlanmıştır. 1990'lardan sonra Güney Kore popüler müziği (K-Pop), çevrimiçi oyunlar, animasyon, moda, kozmetik, yemek ve yaşam tarzına ilişkin ürünler yoğun bir biçimde global dünya pazarında yer bulmaya başlamıştır. Örneğin, müzik konusuna bakıldığında, Güney Koreli şarkıcı Psy'nin “Gangnam Style” adlı şarkısı, YouTube üzerinden 5 milyonu aşkın izleyici sayısına ulaşmış ve uzun yıllar boyunca gündemden düşmemiştir. Tabii ki Güney Kore'deki bu öncelikli ideolojik yayıncılığın Kuzey Kore'de de yoğun etkileri olmuştur. Örneğin, Sputnik Türkiye'de 21.11.2017 tarihinde yayımlanan bir haberde, Kuzey'den Güney'e kaçarken vurulan ancak Güney Kore'ye ulaşmayı başaran bir askerin, hastanede ameliyat sonrası söylediği ilk şeyin, Güney Kore müziği dinlemek olduğu belirtilmiştir (tr.sputniknews.com).

Resim 3. Güney Kore menşeiili sınır ötesi 10 km mesafeli hoparlörle propaganda yayını

ABD, Japonya ve Güney Kore, günümüzde de yarımada radyo propagandasını sürdürmektedir. Bu amaç için çalışan radyo kanallarının arasında Voice of America, Radio Free Chosun, North Korea Reform Radio, Radio Free Asia ve Free North Korea Radio gibi radyo istasyonları bulunmaktadır. Bu istasyonların yanı sıra, Güney Kore menşeiili propaganda radyo kanalları, Heuimangeui Meari (Umudun Sesi) ve Hanminjok Bansom (Kore Etnik Radyosu), Kuzey Kore'ye sinyal göndermektedir (Güven, 2018: 203). Kuzey Kore'den kaçanların yayın yaptığı ve ABD tarafından destek gören bu radyolar, Kim Jong Un ve Kuzey Kore'nin resmî ideolojisi Juche'yi eleştiren yayınlar yapmaktadırlar. ABD'de yayımlanan bir internet gazetesi, McClatchy'de verilen bir haberde, Kuzey Kore karşıtı bu radyoların, ABD destekli kuruluşlarca yılda 200.000 dolarla desteklendiği belirtilmektedir (www.mcclatchydc.com).

Bu yayınlar, Kuzey Kore toplumunu belirli şekillerde etkilemektedir. Her ne kadar ülkeye enformasyon akışı sınırlı olsa ve enformasyon rejim tarafından katı bir biçimde kontrol edilmeye çalışılsa da, bilginin toplumu etkilememesi ve değişime sürüklememesi imkânsızdır. Kuzey Kore'deki tüm medya, devlet kontrolü altındadır. Kurucu ideoloji Juche, hâlihazırda etkisini güçlü bir biçimde devam ettirmekte ve Kuzey Kore halkına "sahip oldukları erdemini onları kötü dünyadan ve yabancı ellerde aşağılanmaktan koruduğuna" yönelik propaganda sürdürülmektedir. Günümüz Kuzey Kore'sinde Japonlar ve Yankiler rutinleşmiş bir aşağılanmaya maruz bırakılmaktadır. Kim Il Sung, Kim Jong Il ve Kim Jong Un ile devam eden süreçte "Korelileri kötülüklerden koruyan ebeveyn lider" figürü, yani oboi suryeong ba-

kış açısı devam ettirilmeye çalışılmaktadır (Betts, 2012: 10, 12-13). 1991 yılında SSCB'nin yıkılışından sonra, domino taşı etkisiyle yıkılacağı düşünülen Kuzey Kore rejimi, hem rejimin diğer komünist ülkelerden farklı sui generis yapısından ötürü (yukarıda bahsedilen "ebeveyn lider" figürünün kolaylıkla kırılmaması) hem de ülkenin kuruluşunun başta Japonlar olmak üzere "emperyalist güçlere" karşı ve verilen bir mücadeleyle komünist olduğu kadar, Kore milliyetçisi ve yarı-dinsel bir temelde gerçekleştiğinden dolayı varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Bunun yanı sıra basın araçlarının tamamen devletin elinde olması ve Kim Il Sung başta olmak üzere "Kim Ailesi"nin tüm üyelerinin basın yoluyla yüceltilmesi, rejimin yıkılışını geciktiren ya da ihtimalini ortadan kaldıran bir diğer unsurdur (Cumings, 2007: sny).

Konumuz gereği diğer kitle iletişim araçlarından ayrı incelememiz gereken radyonun Kuzey Kore'deki durumuna bakıldığında, onun da tıpkı gazete, televizyon ve internet gibi devletin egemenliği altında olduğunu görmek suretiyle aşağıdaki tabloyla karşılaşırız:

Tablo 1: Kuzey Kore'de Radyo İstasyonları

Radyo Türü		Radyo İstasyonu
Radyo Yayınları	Merkezi	Pyongyang (Dış Yayın) Yuson (Sohbet Radyosu)
	Çeşitli	Guguk ui Sori (Güney Kore'ye propaganda yayını), Pyongyang FM (Güney Kore gençliği için yayın)
	Yerel	Kaesong, Sariwon, Haeju, Wonsan, Kangkae, Hyesan, Nampo, Sinyuiju, Hamhung, Chongjin, Pyongsung
Toplam		15 radyo istasyonu

Bazı açılardan Kuzey Kore'deki radyo ve televizyon yayıncılığı, gazetecilikten farklı gelişmiş; ancak diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi öncelikle Juche ideolojisini desteklemek üzere kurulmuştur. Gazetecilik faaliyeti Japon işgalinden önceye dayanırken, radyo yayıncılığı işgalden kurtulduktan sonra başlamıştır. Radyo yayıncılığının Kuzey Kore'deki safhaları üç temel safhada gelişmiştir:

1. 1945'deki Ulusal Kurtuluş'tan 1956'ya kadar süren üçüncü parti toplantısına kadar geçen süre: Bu süreçte, Kuzey Kore, Japon işgalinden kurtulmuş, kendi hükümetini kurmuş ve Kore Savaşı'nda mücadele vermiştir. Kitle iletişim araçları propagandanın rolünü artırmak amacıyla kullanılmış ve yayıncılık sistemleri halkı mobilize etmek ve kontrol etmek amacıyla seferber edilmiştir.

2. 1956 yılındaki üçüncü parti toplantısıyla 1970 yılındaki beşinci parti toplantısı arası dönem: Juche ideolojisi güçlendikçe hükûmet, halkı, yeni düşünce biçimine göre şekillendirme yoluna gitmiştir. SSCB'nin desteğiyle radyonun yanında televizyon programcılığı başlamıştır.

3. 1970'lerden bugüne kadar geçen süre: Bu dönem kitle iletişim araçlarında kültürel aktivitelere hız verilmeye başlanmıştır. 1970'lerin sonunda, Juche ideolojisi Marksist-Leninist ideolojiden önemli hâle gelmiş ve programlar bu yönde yapılmaya başlanmıştır (Song, 2005: 54).

Kuzey Kore'de her ne kadar tüm medya araçlarının kontrolü devletin, partinin ve onların alt komitesi olarak görülebilecek olan Kore Merkezi Yayıncılık Komitesi'nin elinde gibi görünse ve eğitim sistemi de dâhil olmak üzere her konuda yurttaşlar Juche ideolojisine göre şekillendiriliyor olsa da (Byman & Lind, 2010: 54) özellikle Güney Kore kültürel ürünlerinin etkisi görmezden gelinmemelidir. Ancak Kuzey Kore, mümkün olan tüm şekillerde rejimi korumaya çalışmaktadır.

Resim 4: Kuzey Kore'de gezici radyo propagandası: Rejimin Kontrol Araçları



Güney Kore merkezli Hallyu ya da Kore Dalgası adı verilen fenomen, bütün dünyayı etkilediği gibi Kuzey Kore halkını da etkilemeyi başarmıştır. Konu hakkında öğrendiklerimiz, genellikle Güney Kore'ye kaçanların verdiği bilgiden ibarettir ve çoğu hâlâ teyide muhtaçtır. Ancak, Kuzey Kore'nin attığı kültürel adımlara baktığımızda, bu noktada gerçeklik payı olduğu kanaatine varırız. Örneğin, 2002 senesinde Kim Il Sung Üniversitesinde yapılan bir aramada 600 kilo ağırlığında Güney Kore menşeli video filmi, CD'ler ve farklı materyaller ele geçirilmiştir. 1990'larda aslında propaganda amacıyla kurulan Güney Kore Kültür Bakanlığı, bu konuda oldukça başarılı olmuştur. Kuzey Kore hükûmeti bir dönem nadiren de olsa Güney'den bazı müzisyenleri ülkeye davet etmiş ve konserler vermelerini sağlamıştır. Ancak,

daha sonraları sisteme zarar verdiği görülen bu tarz uygulamalar, katı bir biçimde yasaklanmıştır. Çin'den kaçak olarak getirilen Güney Kore ürünlerinin ülkeye girişi elden geldiğince yasaklanmış, hatta radyo ve televizyon kanalları hükûmet görevlilerince sadece Kuzey Kore yayınlarını alabilecek şekilde ayarlanmıştır (Ka, 2019: 141). Bu durumun bir örneği, Nazi Almanyası'nda yaşanmıştır. 1942 yılında radyo yönetiminde değişiklik yapan Goebbels, yabancı kaynakları (radyoları) dinleme yasağı getirir. 1940 senesinin başlarında 2.400 kişi yabancı radyo dinledikleri için tutuklanmış ve cezalar idama kadar artırılmıştır. Naziler, ucuz ve tek kanallı radyolar üretmek suretiyle, lokanta, fabrika ve diğer kamusal mekânlara yerleştirerek dinlemeyi zorunlu kılmış, hatta bu yayınların dinlenip dinlenmediğini denetlemek için radyo bekçilerini görevlendirmişlerdir (Kasım, 2011: 68-69).

Güney Kore'ye kaçanlardan Kim Young-Song, Kuzey Kore'de tıpkı radyo bekçileri gibi herkesin herkesi izlediğini belirtmektedir. Her ne kadar teyide muhtaç bir bilgi olsa da, her Kuzey Kore vatandaşı, otuz ya da elli aileden oluşan bir inminbanın, yani grubun üyesidir ve her inminban, grup içerisinde yanlış giden bir şeyin olup olmadığını denetleyen bir görevli tarafından gözlem altında tutulur. Bu görevliler istedikleri anda ev ziyareti yapabilirler. İş yerindeki gözetim içinse fabrikalara, ofislere ve okullara parti görevlileri yerleştirilmiştir. Yasaklı yayınları bulunduran ve tüketenlerin “yeniden eğitim” için kamplara gönderildikleri belirtilmektedir (Byman & Lind: 2010: 57). 24 milyonluk ülkede, dış mahreçli radyo yayınlarını dinleyebilenlerin aşağı yukarı 1 milyon kişi olduğu yönünde tahminler mevcuttur. Radyo yayınlarının haricinde balonlar yoluyla gönderilen USB diskler ve diğer dokümanlar bu tahmine dâhil edilmemektedir. 2007 yılında Ewha Üniversitesinde, Kuzey Kore'den kaçanların, bu yola başvurmalarının sebebinde radyo yayınlarının rolü üzerine yapılan bir araştırmanın neticesinde şu sonuçlara varılmıştır:

Tablo 2: Kuzey Kore'den Kaçanlar ve Radyo Yayınlarının Etkisi

Radyo dinlemek kaçış fikrinizi etkiledi mi?	Sayı	Yüzde (%)
Kesinlikle katılıyorum	40	62,5
Katılıyorum	18	28,1
Katılmıyorum	4	6,3
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,1
Toplam	64	100 (%)

Araştırmanın sonuçlarına göre, radyo yayınlarının Kuzey Kore'de bu yayınları dinleyebilenler üzerinde bir etkisi olduğu açıkça görülebilmektedir. Daha önce bahsedilen Hallyu (Kore Dalgası) adı verilen kültürel propaganda taktikleri de ülkede birçok açıdan işe yaramış gibi görünmektedir. Bunun sebeplerinden en

önemlisi Kim Ailesi'nin enformasyon üzerindeki giderek azalan kontrolüdür. Liberal demokrasilerin soğuk savaşta kazanmalarındaki en mühim etmen, zaten yıkılmakta olan Sovyet rejimine yönelik, Batı demokrasilerindeki ekonomik refah ve siyasi özgürlük gibi konularda propaganda yapmalarıydı. Kuzey Kore, daha önce de belirtildiği gibi, enformasyon kontrolünün en katı olduğu ülkedir. 1950'lerden beri bir Kuzey Koreli için ayarlanabilir radyo sahibi olmak suç teşkil etmektedir ve tüm radyolar sadece Kuzey Kore yayınlarını alabilecek şekilde imal edilmiş ve yerleştirilmiştir. Kütüphanelerdeki teknik olmayan kitaplar haricindeki siyaset ve roman tipi kitaplara ulaşım yalnızca özel izinle, belli kullanıcılara açıktır. Ancak, Andrei Lankov gibi Kore uzmanlarına göre, son yıllarda bu etkin kontrol gücünü yitirmeye başlamıştır (Lankov, 2009: 98-99). Wilbur Schramm ve John W. Riley'in 1950'lerde Kuzey Kore'de propagandayla ilgili yaptıkları araştırmada, bu konuda ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Onlara göre Kuzey Kore'deki ideolojik programın üç temel özelliği mevcuttu:

1. Monopol: Mümkün olduğunca komünist olmayan her türlü enformasyon kaynağı dışlanmış ve her enformasyon kanalı ve kanaati komünizmin hizmetinde kullanılmıştır.

2. Yoğunlaşma: Propaganda, sürekli tekrarlanan basit bir hat üzerinde devam etmektedir.

3. Destekler: Yalnızca bir kanaldan değil, mümkün olan bütün kanallardan propaganda yapılmış ve her yerde ve her alanda tekrar edilmiştir. O dönemde Pyongyang'da çalışan bir işçinin de belirttiği gibi, "her kâğıt parçası, her kitle iletişim aracı ve her toplantı bizzat propagandaydı".

Schramm ve Riley, bu propaganda faaliyetinin dört temel hedefi olduğunu da belirtmektedirler:

1. Kapitalist ABD'nin, Kore'yi kendi ekonomik çıkarları için kolonize etmeye çalışan emperyalist bir saldırgan olduğunu belirtmek.

2. Ülkesini gerçek hükümetinden ayıran Güney Kore'nin hain, çürümüş bir yönetime sahip olduğu ve aynı zamanda "emperyalist ABD'nin ardından koşan bir köpek" gibi davrandığı fikrini işlemek.

3. Kore'yi Japon işgalinden kurtarıırken gösterdiği mücadele dolayısıyla SSCB'nin mazlum milletlerin dostu ve Kore'ye model olabilecek, dünyanın en güçlü devleti olduğunu sürekli anlatmak.

4. Komünizmdeki daha iyi yaşam koşullarını, örneğin kadın-erkek eşitliğini, her çiftçinin kendi toprağına sahip olma hakkını, iyi çalışma koşulları ve her çalışanın 8 saat

çalıştığını, Kore'nin tek bir bayrak altında birleşeceğini, komünist ülkeler ailesi içinde Kore'nin daha da güçleneceğini halka anlatmak (Schramm & Riley, 1951: 758-759).

Ancak SSCB'nin ve sosyalist blokun yıkılmasından sonra Kuzey Kore yönetiminin bu anlamda işi zorlaşmıştır. Kapitalist ve küresel dünyadan gelen kültürel emperyalizm dalgası, ülkenin peyderpey değişimine yol açmaya başlamıştır. Örneğin, Güney Kore menşeli Hallyu akımından da etkilenmek suretiyle, özellikle Kim Jong Un döneminde ortaya çıkan ve donju adı verilen ve işadamları hüviyeti gösteren bazı Kuzey Korelilerin eşleri, moda için giyinme, makyaj yapma ve temel kozmetik ürünleri tüketme konusunda bir tür farklılaşma içine girmişlerdir. Daha önceleri moda dendiğinde Kim Jong Il montuna sahip olmak anlaşılırken, günümüzde bu bakış açısı değişim göstermiştir. Güney Kore modası, Kuzey Kore'de çok yaygın olmakla ve bu durum herkesçe bilinmekle beraber, bu ürünler Kuzey'e girdiğinde etiketleri kesilir ve Hong Kong ya da Tayvan menşeli oldukları belirtilir (Dalton, Jung & Willis, 2017: 518). Tabii ki bu değişimin en önemli sebebi kitle iletişim araçları ve gizlice dinlenen radyo ve Güney Kore pop gruplarıdır. K-Pop denilen bu tarz, sadece müzik dinleme pratiklerinde değil, moda konusunda da değişime sebebiyet vermiş ve bu grupların giyim kuşamı ikon hâline dönüşmüştür. Genellikle, kadınsılık, aşk ve cinsellik gibi temaları işleyen K-Pop gruplarının müzikleri Kuzey Kore'de o denli etkindir ki bu durum Juche sistemine hayranlığı pekiştirmek amacıyla, ideolojiyle bağlantılı ancak –askerî kıyafetlerle de olsa– kadınsılığı ön plana çıkaran Moranbong Band isimli devlet destekli Kuzey Kore resmî K-Pop grubunun ortaya çıkartılmasına bile sebep olmuştur (Güven, 2018: 205).

Resim 5: Üstte Kuzey Kore'nin “resmî K-Pop grubu” Moranbong Band, altta Amerikanvari tarzıyla bir Güney Kore K-Pop grubu



5. Sonuç

Kore Yarımadası, soğuk savaşın sıcak harbe dönüştüğü önemli anlardan ve merkezlerden birisi olması açısından önem arz etmektedir. Türkiye'nin de NATO'ya giriş sürecinde ABD yanında dâhil olduğu ve bu anlamda ülkemiz açısından da önem arz eden bu durumla ilgili neredeyse hiçbir araştırma yapılmamış; günümüzdeyse dünya kamuoyunun gündemini işgal eden önemli çatışmalardan biri olan Kore meselesi üzerinde fazlaca durulmamıştır. Araştırmanın sınırlılıklarından birisi olarak da adlandırabileceğimiz, Kuzey Kore'ye ilişkin fazla bilgi bulunamaması ya da bu bilgilerin genellikle tek taraflı, propaganda maksatlı ve tahminlere dayalı olması, bu konuda yapılacak olan araştırmaları da zorlaştıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ancak tüm bunlara rağmen güvenilir olarak addedilen bilimsel kaynakları baz almak suretiyle yapılan araştırmanın neticesinde ortaya konulabilecek sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Kore Savaşı döneminde, bölgede hem büyük güçlerce hem bölgesel düzeyde propaganda yayınları yapılmış; bu yayınlarda özellikle ABD menşei olanlarda komünizmin bölgeden çıkarılması amaçlanmıştır.
2. İki Kore menşei yayınlarında da öncelikli olarak iki ülke, tek millet kavramına vurgu yapılmış; Kuzey, Güney'in yönetimini kapitalizmin dalkavuşu olarak nitelendirirken; Güney, Kuzey'i demokrasi yolundan ayrılmış, otoriter yapıya sahip bir ülke olarak tanımlamıştır. Her iki ülkeye göre de, diğerinde yaşayan ve tek millet olan Koreliler zulüm altındadırlar.
3. Her iki ülke de, radyo yayınları vasıtasıyla propaganda faaliyetlerine bugün de devam etmekte, ancak Kuzey Kore var olan sistemi korumak amacıyla iç kamuoyuna dönük propaganda faaliyeti yaparken Güney Kore kültürel ürünleriyle hem küresel bir güç olmaya çalışmakta hem de Hallyu (Kore Dalgası) politikasıyla Kuzey'deki vatandaşları etkilemeye daha yakın gözükmektedir.
4. Teyide muhtaç olmakla beraber Kuzey Kore, özellikle sosyalist blokun yıkılmasından sonra, kendi iç dinamiklerine dayanan, Kore milliyetçiliği, kendine has bir sosyalizm ve yarı-dinsel bir bakış açısıyla oluşturduğu Juche ideolojisini korumaya çalışmaktadır. Bu yüzden diğer kitle iletişim araçlarını olduğu gibi radyoyu da tamamen devlet kontrolünde tutmaktadır.
5. Güney Kore ve kapitalist küresel sistem, Kuzey Kore sınırlarındaki çatlaklardan ülke kamuoyuna mesajlarını çeşitli yollarla göndermeye çalışmakta, bu durumun etkisi yavaş da olsa gözle görülür hâle gelmeye başlamaktadır. Buna cevaben Ku-

zey Kore bir yandan denetimi sıkılaştırırken, diğer yandan iç kamuoyuna yaptığı propagandanın metotlarını güncelleştirmeye çalışmaktadır.

6. 1991 yılından beri yıkılması beklenen Kuzey Kore'deki yapı, kendini iç propaganda taktikleriyle, sıkı kontrolle ayakta tutmayı başarmış ve bu anlamda birçok Batılı Kore uzmanını yanıltmayı başarmıştır. Ancak, bu durum salt propagandanın gücü ve katı kontrolle açıklanabilecek bir durum değil, aynı zamanda Kore kültürünün ve sisteminin sui generis yapısına da bağlıdır.

7. Soğuk savaş metotlarının açıkça devam ettiği ve bu minvalde radyo propagandasının etkinliğine devam ettiği bir bölge olan Kore Yarımadası bu anlamda hâlâ araştırmacıların, özellikle uluslararası iletişim ve propaganda üzerine çalışanların ilgisini beklemektedir.

Kaynakça

- Borrat, H. (2007). "Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica", <http://portalcomunicacao.com/download/21.pdf>.
- Byman, D. & Lind, J. (2010). Pyongyang's Survival Strategy: Tools of Authoritarian Control in North Korea. *International Security*, 35:1, 44-74.
- Bytwerk, R.L. (2008). *Landmark Speeches of National Socialism*, New York: Texas A&M University.
- Crook, T. (2002). *International Radio Journalism: History, Theory and Practice*, New York: Routledge.
- Collins, R.F. & Pritchard, A.D. (2016). Pictures From the Sky: Propaganda Leaflet Psyop During the Korean War. *Visual Communication Quarterly*, 23:4, 210-222.
- Cumings, B. (2007). Por qué Corea del Norte no colapso? Y por qué muchos estadounidenses influyentes piensan que debería haberlo hecho?. *Estudios*, 20, 101-123.
- Dalton, B.; Jung, K. & Willis, J. (2017). Fashion and the Social Construction of Femininity in North Korea. *Asian Studies Review*, 41:4, 507-525.
- Dmytryshyn, B. (1982). Soviet Perceptions of South Korea. *Asian Perspective*, 6:2, 72-104.
- Dobb, L.W. (1950). Goebbels' Principles of Propaganda. *The Public Opinion Quarterly*, 14:3, 419-442.
- Far East Command Report. (1951). Psychological Warfare in Korea. *The Public Opinion Quarterly*, 15:1, 65-75.
- Gassert, P. (2001). 'This is Hans Fritzsche': A Nazi Broadcaster and His Audience. *Journal of Radio Studies*, 8:1, 81-103.
- Goebbels, J. (2019). *Büyük Yalanlar: Yalanın ve Çürümenin Kitabı*, İstanbul: Zeplin.
- Goody, A. (2018). BBC Features, Radio Voices and the Propaganda of War 1939-1941. *Media History*, 24:2, 194-211.
- Gordonker, L. (1954). United Nations Use of Mass Communications in Korea, 1950-1951. *International Organization*, 8:3, 331-345.
- Güven, E. (2018). Kapitalizmin Merkezinde Vahşi Kapitalizme Karşı Direniş: Occupy Wall Street ve Sosyal Medya. Suat Gezgin (Ed.). *Dijital Çağda İletişim içinde* (s. 27-48). Konya: Eğitim.

- Güven, E. (2018). Juche İdeolojisinin Hizmetinde Gelenekselden Dijitale Kuzey Kore Medyası. *Selçuk İletişim*, 11:1, 190-211.
- Jacobson, M.R. (2005). 'Minds then Hearts': U.S. Political and Psychological Warfare During the Korean War (Yayınlanmamış doktora tezi). Ohio: The Ohio State University.
- Jan, G. P. (1967). Radio Propaganda in Chinese Villages. *Asian Survey*, 7:5, 305-315.
- Johnson, T. "U.S.-funded broadcasters in S. Korea bombard North", https://www.mcc-latchydc.com/news/nation-world/world/article_24469774.html (Erişim Tarihi: 15.10.2019).
- Kurooğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*, Ankara: Nobel.
- Lankov, A. (2009). Changing North Korea: An Information Campaign Can Beat the Regime. *Foreign Affairs*, 88:6, 95-105.
- Hamm, C. (1991). Music and Radio in the People's Republic of China. *Asian Music*, 22:2, 1-42.
- Holden, G. (2002). *Radio Goes to War: The Cultural Politics of Propaganda during World War II*, Berkeley: University of California.
- Holt, R.T. (1958). *Radio Free Europe*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Howse, H. (1960). The Use of Radio in China. *The China Quarterly*, 2, 59-68.
- Ka, Y.C. (2019). Media as soft power: the role of the South Korean media in North Korea. *The Journal of International Communication*, 25:1, 137-157.
- Kasım, M. (2011). Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. *Selçuk İletişim*, 6:4, 64-75.
- Kim, E.J. (2016). North Korea's Response to US Army Propaganda Leaflets during the Korean War. *War and Society*, 35:4, 298-314.
- Kim, S. & Haley, E. (2018). Propaganda Strategies of Korean war-era leaflets, *International Journal of Advertising*, 37:6, 937-957.
- Lepeople, A.C. (1995). "Radio Free Europe" et "Radio Liberty" (1950-1994). *Revue d'histoire*, 48, 31-45.
- Lovell, S. (2015). *Russia in the Microphone Age: A History of Soviet Radio, 1919-1970*, New York: Oxford University.
- Meyer, C. (2000). The CIA and Radio Free Europe. *Georgetown Journal of International Affairs*, 1(1), 127-130.
- Miller, C.R. (1941). Radio and Propaganda. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 213, 69-74.
- Munoz, A.S. (2011). *La Propaganda en la Guerra Civil: El Uso de la Radio y el Cine*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Almeria: Universidad de Almeria.
- Myers, B.R. (2010). *The Cleanest Race: How North Koreans See Themselves And Why It Matters*, New York: Melville House Publishing.
- Quintero, A.P. (1990). *Historia de la Propaganda*, Madrid: Eudema.
- Richards, E.B. (1960). Pravda and Izvestia Look at Korea. *The Southwestern Social Science Quarterly*, 41:2, 163-168.
- Schramm, W. & Riley, J.W. (1951). Communication in the Sovietized State, as Demonstrated in Korea. *American Sociological Review*, 16:6, 757-766.
- S.D.U. (1950). Soviet Radio Propaganda on the Far East. *The World Today*, 6:10, 434-441.
- Somerville, K. (2012). *Radio Propaganda and the Broadcasting of Hatred: Historical Development and Definitions*, New York: Palgrave Macmillan.

- Song, W. (2005). The Changed, the Unchanged, and the Implications: A Historical Examination of Mass Media in North Korea since 1945. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). New York: State University of New York at Buffalo.
- Uttaro, R.A. (1982). The Voices of America in International Radio Propaganda. *Law and Contemporary Problems*, 45(1), 103-122.
- Zygulski, K. (1970). Radio and Television in Japan. *Social Research*, 37(1), 147-151.
- Sputnik Türkiye “Güney Kore’ye kaçan Kuzey Koreli asker: Sizin şarkılarınızı dinlemek istiyorum”, <https://tr.sputniknews.com/asya/201711211031092978-gu-ney-kore-kuzey-kore>, Erişim Tarihi: 15.10.2019.

“Rus radyosu,
Sana nasıl inanabiliriz?
Radyo...
Ancak şimdi seni aldatmayı öğrendik.”

“Russian Radio”, Red Flag (Kızıl Bayrak) müzik grubu tarafından 1988 yılında, “Naive Art” albümünde ABD’de seslendirilen bir pop müzik parçasıdır ve ABD’deki dans müziği listelerinde 11. sıraya kadar yükselmiştir. 2007 yılının Mayıs ayında grubun solisti Chris Reynolds’la yapılan bir röportajda, solist şarkının SSCB’de çok sevildiğini ve soğuk savaş esnasında ülkede yoğun bir biçimde dinlendiğini belirtmiştir. Pet Shop Boys’un 1979 yılında piyasaya sürdüğü “Go West” (Batıya yönel) şarkısında olduğu gibi SSCB halkının komünist sisteme bağlılığını sarsmak ve sistemin yıkılması için verilen kültürel çabanın bir parçası olarak görülebilecek olan “Russian Radio” ve türevleri bir soğuk savaş stratejisi olarak kullanılmıştır.

Her şeyin içinde bir çatlak vardır,
Işık içeri böyle sızar.



Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi'nin çıkardığı Osmanlıca ve Fransızca "Telsiz" dergisinden, 1927