

## HİTLER DÖNEMİNDE PROPAGANDA ARACI OLARAK RADYO

Metin Kasım\*

### ÖZET

*Radyo her mekanda kolaylıkla ulaşılabılır bir iletişim aracıdır; bu da onu diğer medya araçlarından daha önemli bir hale getirmiştir. Hitler ve propaganda bakanı Goebbels de radyonun önemini çok iyi anlamış iki siyaset adamıdır. Bu liderler radyoyu kendi düşüncelerini halka kabul ettirmek için bilinçli bir şekilde kullanmışlardır. Hitler savaş öncesi yaptığı radyo konuşmalarında kendi düşüncelerini halka kabul ettirmeye çalışmış, savaş başladıktan sonra da halkı savaşın gerekliliğine inandırmak için radyo yayınlarını kullanmıştır. Hatta genç erkekleri orduya katılmaya, bayanları da erkeklerine destek olmaya ikna etmek için özel programlar yayınlanmıştır. Bu propaganda yayınları oldukça etkili olmuştur.*

*Anahtar sözcükler: Radyo, yayın, propaganda.*

### RADIO AS A MEANS OF PROPAGANDA DURING HITLER ERA

#### ABSTRACT

*Radio as a means of communication is easily accessible everywhere and this makes it more important than the other media. Hitler and his minister of propaganda Goebbels are two politicians who well understood the importance of the radio. These leaders consciously used the radio to impose their ideas to the public. Before the war Hitler tried to impose his ideas to the public in his radio speeches. He also used the radio broadcasts after the war started to persuade the people to the necessity of the war. Even special programs were broadcast to convince the young men to join the army and the women to support them. Those propaganda broadcasts were quite effective.*

*Keywords: Radio, broadcasting, propaganda.*

#### GİRİŞ

Günümüzde kitle iletişim araçlarının çok gelişmiş olması, halen de gelişimini sürdürüyor olması iletişim imkanlarının da artmasını beraberinde getirmiştir. Karşılıklı konuşmayı sağlayan telefon kitle iletişim aracı olmazken, radyonun çok sayıda insana aynı anda ulaşabilir nitelikte olması, onu kitle iletişim aracı haline getirmiştir. Bu araçların ulaştığı kitlenin miktarı genellikle istasyonlarının yayın gücüne bağlı olarak değişmektedir. Günümüzde radyo yayınlarının hedef kitleye ulaştırılmasında, antenden gönderim dışında, internet ağlarından da yararlanılmaktadırlar. Radyo alıcılarının cep telefonuna bile sığacak kadar küçülmesinin getirdiği taşıma kolaylığı evde, işte, otobüste, tramvayda ve benzeri her ortamda yayınlara ulaşılabilmesini ve dinlenebilmesini sağlamaktadır. Böyle bir kitle iletişim aracı, siyasetçiler, reklamcılar ve topluma iletecek mesajı olanlar için son derece önem taşımaktadır (Kasım 2009: 118-119).

Amerika'da yapılan araştırmalar, insanların çoğunun, en kısa ve öz haberleri radyodan elde edebileceklerini düşündüklerini ortaya koymaktadır. İnsanlar radyo dinlerken, gazete ya da televizyonun aksine, işlerini bırakmak zorunda kalmazlar, sadece sese kulak vermeleri yeterli olur. Aynı zamanda radyo, zihinde görüntü yaratmanın en iyi yoludur. Çünkü dinleyiciler, duydukları seslerin kime ve hangi ortama ait olduğunu sürekli olarak zihinlerinde canlandırmaya çalışırlar. Radyo, aynı zamanda kişisel bir ortamdır, çünkü dinleyiciler yayınları doğrudan kendilerine hitap ediyormuş gibi algırlar (Chantler ve Haris 1997: 1-5).

Radyo yayınlarının haber verme, eğitme, propaganda, mal ve hizmetlerin tanıtımı, eğlendirme, inandırma ve harekete geçirme gibi 5 temel işlevi vardır. Bu işlevlerin yerine getirilmesi sonucu dinleyicide bir tutum ve davranış değişikliği meydana gelir. Bu işlevlerden ilki olan haber verme, kitle iletişim araçlarının varlık nedeni olup, hepsinin ortak yönüdür.

\* Yrd. Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

(Aziz 2002: 55). Televizyonun henüz yaygın olmadığı, gazetelerin baskı ve dağıtımının yetersiz olduğu, okuma yazma oranlarının düşük olduğu dönemlerde en etkili kitle iletişim aracı radyo olmuştur. Bu nedenle radyo, işitsel iletişim, siyaset ve propaganda tarihine adını “radyo savaşları”, “radyonun altın yılları” ya da “parazit savaşları” olarak yazdırmıştır (Kuruoğlu 2006: 8).

Propagandanın tarihi dinsel mücadelede gerekli bir unsur olarak İncil’in ortaya çıktığı günlere kadar geri gider (Jowet ve O’donnel 1999: 203). Propaganda teriminin Avrupa’da yaygın kullanımı ilk kez Katolik Kilisesi’nin misyonerlik çalışmaları sonucu olmuştur. 1622 yılında Papa XV. Gregory Roma’da “İmanın Propagandası” topluluğunu kurmuştur. Bu kurulun görevi başka ülke kiliselerinden gelen raporları ve propaganda yapan kuruluşların yapılarını araştırmaktır (Akarcalı 2003: 13). Propaganda ilk kez 17. yüzyılda kullanılmış olmasına rağmen, kavramın ortaya çıkışı daha eskilere dayanır. İnsanın örgütlü toplumlarda yaşamaya başlamasıyla birlikte liderler ve liderliğe özenenler kendilerine destek bulmak için propaganda yöntemlerini kullanmışlardır. Bununla birlikte propagandanın siyasal hayatın içinde ve devamlı ve temel nitelikli bir görünüm kazanması ve geniş kapsamlı örgütlü bir propagandanın oluşması için gerekli koşullar, ancak 19. yüzyıldaki ulus devletleriyle birlikte ortaya çıkabildiği için esas itibarıyla propaganda çağdaş sayılabilecek bir olgudur (Schram 1985: 270, aktaran Akarcalı 2003: 17).

Propaganda terimi 20. yüzyılın başında, I. Dünya Savaşı dönemindeki ikna taktiklerini anlatmak için yaygın olarak kullanılmaya başlar ve daha sonra da totaliter rejimler tarafından kullanılır. Propagandanın nihai hedefi bireylerin propagandacının düşüncelerini bireylere sanki kendi düşünceleriymiş gibi kabul ettirmek, benimsetmektir (Pratkins ve Aranson 1999: 9). Zafere giden yolun sadece güç kullanmaktan geçmediğinin farkında olan güçlü ülkeler propagandayı kullanmayı da ihmal etmemişlerdir (Kuruoğlu 2006: 9). Propagandanın görevi; taraftar toplamaktır. Bir hareketin taraftarı, onun amaçlarını kabul eden kimse dir. Taraftar harekete propaganda ile yöneltilir (Hitler 2001: 535). Bu açıdan bakıldığında, devletlerin güçlü olabilmelerinin ya da güçlü

kalabilmelerinin bir nedeninin de propagandayı iyi kullanabilmeleri denilebilir.

Propaganda, propagandacının isteklerini gerçekleştirmek üzere giriştiği bir iletişim şeklidir. Propaganda bilgilendirici ve ikna edici iletişim unsurlarını betimleyerek iletişimin özel bir türü olarak ayrılabilir (Jowet ve O’donnel 1999: 1). Hitler’e göre “propaganda popüler olmalı ve hitap ettiği zümrede en dar kafa ların dahi anlayabileceği bir seviyede bulunmalıdır. Bu şartlar altında propagandanın manevi seviyesi hitap edilen insan kalabalığı ne kadar büyük ise, o kadar düşük olmalıdır. Propagandanın muhtevası ilmi bakımdan ne kadar mütevazı ise kalabalığa o kadar inilebilecek, başarı da o derece kesin olacaktır. Propaganda sanatı, içgüdü ile hareket eden büyük kitlelerin hayal hanesinde psikolojik bakımdan benimsenen bir biçim ve kalbine giden yol bulma sanatıdır” (Hitler 2001: 172-173).

Propaganda tanımları ne şekilde yapılırsa yapılsın amacına bakıldığında kişileri veya grupları çeşitli tekniklerle etkilemek olduğu görülmektedir. Ayrıca propagandada göze çarpan, daha çok tek yönlü sistematik ve bilinçli çabaları kapsamasıdır (Kalender 2000: 89). Propagandada az şey söylemeli fakat bunu hiç durmadan tekrar etmelidir (Hitler 2001: 177).

Bu çalışmanın amacı, bir kitle iletişim aracı olan radyonun Hitler döneminde propaganda amacıyla nasıl kullanıldığını örnek ve kanıtlarla ortaya koymaktır.

Araştırma yöntemi olarak “bilimsel gözlemi merkeze alan betimleyici bir analiz” esas alınmıştır. Örnek ve kanıtlara ulaşabilmek için de hem Almanya’da hem de Türkiye’de literatür taraması yapılmıştır.

Araştırma konusu Almanya’da radyo yayıncılığı ve Hitler dönemindeki radyo yayıncılığı ile sınırlandırılmıştır.

## 1. RADYONUN ALMANYA’DAKİ GELİŞİMİ

### 1.1. Birinci Dünya Savaşı Öncesi ve Sonrası Dönem

4 Nisan 1907’de yapılan bir panelde, Dresden Elektronik Enstitüsü ile Nauen arasında (200

km) orta derecede iyi denebilecek düzeyde bir telefon görüşmesi gerçekleşmiştir. 1912 ve 1913 yıllarında yüksek frekans makinesi ile ilk telefon görüşme denemelerine başlanmıştır. 1915 yılında Telefunken yüksek vakum borularını haberleşme alanında kullanmıştır. 1917 yılında 20 Watt'lık anten gücü ile Almanya ve Türkiye arasında pürüzsüz bir bağlantı kurulmuştur. I. Dünya savaşından sonra telgraf ağının işlemiyor olması, kitle iletişim araçlarına çok acil biçimde ihtiyaç oluşturmuştur. 1919 yılında basın duyuruları telgraf yolu ile 1921'de ise telefon yolu ile yapılmış fakat 1922'de Ekonomi Radyosunun açılması ile bunlara gerek kalmamıştır (Breitkopf 2007: 4). Bu radyo üzerinden, posta çalışanlarının enstrümantal müzik konserlerinin yayınlanması kablolu yayıncılık alanında büyük heyecan uandırmış ve birçok şirket yayın lisansı almak için başvuruda bulunmuştur (Breitkopf 2007: 7).

1923 yılında "Drahtloser Dienst AG" haberleri yayınlamak üzere ve "Deutsche Stunde" müzik yayınlarını yapmak üzere anlaşmışlar ve sonrasında Berlin'de ilk kez 29 Ekim 1923 yılında radyo açılmıştır. Aynı tarihte ilk defa deneme olarak kısıtlamalı bir şekilde eğlenceli radyo yayınları başlatılmıştır (Breitkopf 2007: 9-10).

"Dikkat dikkat burası 400 metrelik dalgada Berlin Vox Haus yayın noktası. Baylar ve bayanlar bugün sizlere kablolu bir şekilde şarkılarla birlikte eğlendirici radyo yayıncılığının başladığını bildiriyoruz. Kullanım için izin alınması şarttır." Almanya'da radyonun 29 Ekim 1923 tarihinde saat 20.00 de hizmet vermeye başlaması, Alfred Braun'un bu sözleri ile gerçekleşmiştir (Breitkopf 2007:1). Bu cümleyle Almanya'da genel/kamu radyo yayını başlamıştır. Ancak radyo yayını sadece Berlin'de dinlenebilmektedir. Özel ama teknik bakımdan daha olgunlaşmamış bir eğlence olarak sene sonuna kadar 1580 resmi kayıtlı radyo dinleyicisi tarafından dinlenmiştir (Koch 2006:29-33).

1926'nın sonunda ilk yayın sözleşmesi imzalanır. Buna göre postane her türlü teknik, ekonomik ve organizasyon ile alakalı görevleri üstlenir. İçişleri Bakanlığı diğer eyaletlerle beraber politik içerikli yayınlardan sorumlu olur. Sonuç itibarı ile dokuz bölgesel ve iki merkezi (Dradag ve Deutsche Welle) kurum

tarafından program hizmeti verilmeye başlar. Bunlar da RRG (Reichs Rundfunk Gesellschaft – Hükümet Yayın Şirketi) ve daha birçok farklı kontrol mekanizmalarına bağlıdır. Yapı itibarı ile Alman radyosu daha 1926 yılında bir devlet radyosu olarak nitelenebilir, sadece yayın içeriğini devlet belirlememektedir ama bu da 1932 yılında değişir (Dussel 2004: 75).

3 Eylül 1926 yılında 3. Büyük Alman Yayıncılık Fuarı başlarken, 138 metre yüksekliğindeki radyo kulesi de açılmıştır (Breitkopf 2007: 15). 1 Mart 1926 yılında "Reichs Rundfunk GmbH2 kurulmuştur. Bavyera'da bulunan "Deutsche Stunde" adlı radyo haricinde tüm radyolar artık RRG'ye (Reichs Rundfunk Gesellschaft) aittir (Breitkopf 2007: 27). Bu tarih itibarı ile Berlin'de 522.461 radyo kullanıcısı, Almanya genelinde ise 1.205.310 kullanıcı bulunmaktadır. Radyodan elde edilen aylık abone ücretleri ile 22 Ocak 1931'de Berlin'de Alman Radyo Evi kurulur (Breitkopf 2007: 39-40).

1930'da Reichsverband Deutscher Rundfunkteilnehmer kurulur, 31 Temmuz 1932'de Hitler ilk radyo konuşmasını yapar. İlk defa 6 Temmuz 1932 tarihinde radyonun reorganizasyonu hakkında görüşmeler başlar. 15 Temmuz 1932'de İçişleri Bakanlığı, radyodaki güçlerini kaybetmek istemeyen eyalet başkanları ile uzlaşmaya oturur. Buna göre her türlü özel sermaye radyodan çıkartılacak, radyo sadece eyaletlere ve hükümete ait olacaktır. 1932 Kasım'ına kadar kurallar, programın ana hatları gibi gerekli diğer değişiklikler de tamamlanmıştır. Alınan kararlar 18 Kasım'da yürürlüğe girer. Bu kararlara göre:

RRG ve bölgesel yayın şirketleri devlete geçmiş, Radyo ve devlet denetmenleri tarafından oluşan çok güçlü bir kontrol mekanizması kurulmuş, radyo yayın şirketleri programı kendileri hazırlamaya başlamış fakat programlar denetmenlerce program sorumluları tarafından kontrol edilebilir hale gelmiştir (Dussel 2004: 77).

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. (Breitkopf 2007: 65).

30 Ocak 1933'e gelindiğinde NSDAP'nin (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) Başkanı Adolf Hitler, Almanya Başbakanlığına atanmıştır. Aynı gün, Almanya'da Alman Radyo yayıncılığının babası olarak bilinen Hans Bredow, Posta Bakanlığı'ndaki Radyo Yayınları Denetmeni görevinden istifa etmiştir (Dussel 2004: 83).

01 Şubat ve 04 Mart 1933 tarihlerinde 45 seçim programı yapılır, ancak NSDAP'den başka hiçbir parti mikrofonla buluşamaz. Seçim sonrası kurulan Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığına, Goebbels getirilir (Dussel 2004: 83). Geriye sadece radyodaki eyalet etkisini ortadan kaldırmak kalır. Bölgesel yayın şirketleri RRG'deki hisselerini propaganda kuruluna ve böylece hükümete bırakmak zorunda kalırlar. 8 Temmuz 1933'te ise hissedarlar bölgesel radyo şirketlerindeki hisselerini RRG'ye devrederler (Dussel 2004: 84-85).

13 Mart 1933'de Halkı Bilgilendirme ve Propaganda İmparatorluk Bakanlığı (Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, RMVP) kurulmuş ve Joseph Goebbels daimi bakanlığa atanmıştır. 18.08.1933 Volksempfänger 301 (halk alıcısı 301) tanıtılmıştır. 301 sayısı iktidarı ele geçirme tarihi (30.01.1933) olarak hatırlatılmıştır. Radyo artık birçok evde bulunmaktadır ve radyo dinlemek de artık ayrıcalıklı sınıflara mahsus değildir. Yabancı yayınlar ise dinlenememektedir (Dussel 2004: 77).

Hitler'in iktidara geldiği 1933 yılında, liderin yaptığı 50 konuşma radyodan halka yayınlanır, tüm halk da onun konuşmalarını büyük bir heyecan ve merakla bekler (Falkenberg 2005: 63). Hitler konuşurken inanılmaz tonlara çıkabilmektedir. Bilinçli olarak çok sessiz konuşurken birden konuşma bağırma ile bitebilmektedir. Hitler konuşmaları ile hem içerik hem de tonlama olarak dinleyicilerin iç dünyalarına ve duygularına seslenmektedir. Konuşmalarında

kendisini tarihi bir figür olarak ön plana çıkartmaktadır. Bu tarihi figür hem kendisinin hem de halkının, I. Dünya savaşından kaynaklanan öcünü alacaktır (Falkenberg 2005: 66). Hitler halkına onları sadece 1920'li yıllardan beri süregelen ekonomik krizden kurtulmayı değil kendisine itaat etmeleri şartı ile 1000 yıl sürecek bir imparatorluğun da müjdesini vermektedir (Lenssen 2000: 200).

1936'da Berlin olimpiyatlarının radyodan yayınlanması radyo satışlarını arttırmıştır. Ucuz radyoların yanı sıra artık daha şık, daha iyi radyolar da üretilmektedir (Breitkopf 2007: 67). Savaşın başlamasıyla her şey değişir. Savaş için önemli olan radyoların üretimi, özel amaçla kullanılan radyoların üretiminin önüne geçer. Yabancı radyoları dinleyenler ise ölüm cezasına çarptırılabilir (Breitkopf 2007: 69). 1938'de Viyana Radyo yayınları Almanya radyo yayınlarına bağlanır. Bütün askeri hareketler radyo tarafından aktarılır. 1 Ocak 1939'da radyo yayınlarının adı "Großdeutscher Rundfunk" olarak değiştirilir (Dussel 2004: 81).

1938'te üretilen DKE 1938 radyo alıcıları sadece 35 Reichsmark'tır. Amaç sadece yerel yayınların dinlenmesini sağlamak, yabancı yayınların dinlenmesini engellemektir. Radyo üzerinden halkı etkilemek o kadar önemlidir ki, radyo dinlemek milli bir görev haline getirilmiştir. Bütün kitlesel organizasyonlarda birlikte radyoda lideri dinlemek, politik konuşmaları takip etmek adeta bir zorunluluktur (Breitkopf 2007: 66).

Yayın faaliyetine başladığı on sene içinde oldukça etkili bir radyo endüstrisi ortaya çıkmıştır. Müzik yayınlarının yanında, siyasi, kültürel ve spor haberlerine geniş yer verilmiştir. Radyoyu Nasyonal sosyalistler iktidar aracı olarak kullanmışlardır. Başlangıçta radyoya karşı olumsuz bir tavır takınan propaganda şefi Joseph Goebbels, milli mesele için faydalı olduğunu anlayınca, fikrini değiştirmiş, siyasi propaganda için radyoyu kullanmıştır. Radyo dinlemek artık herkesin özeli olmaktan çıkmış ve yeni imparatorluk kurulurken tüm Almanlar siyasi devlet sorumluluğunu üstüne almıştır. Bunun için ilk önce geniş kapsamlı yetkilerle donanmış bir kurum ve yeterli sayıda hesaplı radyo cihazı/alıcı gerekmiştir. Ayrıca nasyonal

sosyalizm ruhuna uygun bir program düzenlemek gerekmiştir. Yine de müzikten vazgeçilmemiştir. Yabancı yayınları dinlemek 31.08.1939'a kadar tasvip edilmezken yasak da konulmamıştır. 1 Eylül 1939'da bu durum değişmiştir: Olağan Radyo Tedbirleri Yasası'nda "Her kim kasıtlı olarak yabancı yayınların haberlerini yayarsa hapisle cezalandırılacak. Ağır durumlarda ölüm cezası uygulanacak" denilmiştir (Dussel 2004: 77).

Hitler ve yandaşları radyonun geniş kitlelere ulaşılması açısından çok önemli olduğunu biliyorlardı. Partilerin radyoda reklam yapmaları yasak olduğu için, buna bir çözüm getirmek gerekiyordu. Bu nedenle bakanların konuşmaları veya haber değerlendirmeleri bu yasak kapsamı içerisine sokulmamıştır (Diller 1980: 65). Dolayısı ile bu probleme de çözüm bulunmuştur.

1933-1939 yılları arasında Almanya'da özel radyo alıcılarının sayısı dört misli artmıştır. Radyo yabancı fikirleri etkilemenin en önemli araçlarından birisidir. Diğer uluslar Naziler tarafından yürütülen propagandaya engel olabilmektedir ancak radyo yayınlarına engel olmaları çok zordur (Akarcalı 2003: 116).

### 1.2. Savaş Öncesi Radyo Programları

Radyoda yayınlanan "1 Mayıs programı" dramaturjik olarak eksiksiz bir şekilde hazırlanmıştır ama sadece 1 saatlik bir müzik diliminin haricinde sabah 08:50'den gece 01:00'e kadar sadece sözel yayınlardan oluşmaktadır. Kesintisiz olarak açıklamalar, haberler ve oyunlar yayınlanmakta ve hepsinin mesajı Almanya'nın büyüklüğünü dinleyicilere göstermek, iyice kafalarına işlemektir (Pohle 1995: 283). Eugen Hadamowsky 1935'te yaptığı açıklamada radyonun görevini şöyle açıklamaktadır: "Eğlenceli programlarla dinleyiciyi rahatlatmak, nasyonal sosyalizmin sanatsal anlamda ve bir dünya görüşü olarak yapılandırılması" dır (Dussel 2004: 94). Bu amaçla yaptıklarını da şöyle anlatmaktadır: "Biz radyoya olağanüstü bir politik etkileme dalgasıyla başladık. Her türlü şekli ile ajitasyon ve propaganda. 10 Şubat - 04 Mart 1933 tarihleri arası her akşam tüm Alman radyolarında başbakanın konuşmaları yayınlandı" (Hadamowsky 1934: 76).

1934'e gelindiğinde müzik yayınları çoğaltılmış ve sözel yayınlar azaltılmıştır. Radyoda sadece Alman müziği çalınmış, Yahudi ve yabancı olan herşey programdan çıkartılmıştır. Başka bir problem 1920'lerden itibaren tüm dünyaya yayılan "Jazz" müziği olmuştur. 12 Ekim 1935'te Hadamowsky tüm siyahi jazz yayınlarını Alman radyosu genelinde yasaklamış, (Dussel ve Lersch 1999: 134) bunun yerine ise Alman dans ve müziklerini zorunlu kılmıştır. Bu dönemde Alman dans ve müziğini sevdirmek için bir çok dans ve müzik yarışmaları düzenlenmiştir (Dussel 2004: 97).

Almanya için tam anlamıyla bir propaganda yapmadan kurtuluş yoktur. II. Dünya Savaşı'ndan bir gün önce bu açık açık belli olmuştur. Yapılan tüm ön hazırlığa rağmen Almanya'da savaş heyecanı yaşanmamış. Südet krizi sırasında da İngiltere Başbakanı Chamberlain Münih'te barış sözcüsü olarak alkışlanmıştır. Hitler bu durumda hayal kırıklığına uğrayarak böyle bir Alman halkı ile savaşı yönetemeyeceğini söylemiştir (Thamer 1994: 598). 10 Kasım 1938'de Hitler, Alman basınından ve radyosundan savaşın psikolojik ön hazırlığının yapılmasını ve bazı şeylerin güzellikle olmuyorsa zor kullanarak çözülmesi gerektiğinin halka anlatılmasını talep etmiştir (Dussel 2004: 99).

### 1.3. İkinci Dünya Savaşı Döneminde Radyo

Bu dönemdeki radyo yayıncılığı Hitler dönemindeki bakış açıları ve farklı uygulamalar ortaya konularak anlatılacaktır.

Alman propagandasının amacı Almanya'yı kuvvetli bir millet olarak göstermesidir. Bu propagandanın esası Almanya'nın rakiplerinin zayıf taraflarını açığa vurmak, Almanya'nın dünyadaki haksızlıkları kaldırmaya memur edildiğini ve bunun için de lazım olan ırksal, teknik ve kültürel vasıflara her milletten fazla sahip bulunduğunu ispat etmek şeklinde tespit edilmiştir (Özsoy 1998: 58).

Savaş zamanlarında radyo yayıncılığı çok önemli bir hale gelmiş ve Avrupa devletleri tarafından politik çatışmalar için sıkça kullanılarak II. Dünya Savaşı'nın çıkmasına neden olunmuştur. Propaganda savaş sırasında komünizm ve faşizmin yükselişinde de önemli bir rol

oynamış ve yeni bir bilimsel seviyeye ulaşmıştır (Jowet ve O'donnel 1999: 203).

Savaş yıllarında radyo, sadece saldırgan ülkeler tarafından kullanılmamıştır. Saldırıya uğrayan ülkeler de, saldırgan ülkeler kadar güçlü teknik donanımlara sahip olmasalar da bağımsızlıklarını kazanabilmek için radyo yayınlarını kullanmışlardır. Bu ülkeler, bağımsızlıklarını kazandıktan sonra da halkın moralini yüksek tutmak ve onlara ülkenin yeniden inşa edilmesi sırasında moral destek sağlamak için bu önemli kitle iletişim aracından yararlanmışlardır (Kuruoğlu 2006: 9).

Hitler propagandayı her yönüyle ciddiye alan, iç ve dış siyasette bunu usta bir şekilde kullanan sayılı liderlerden biri olmuştur. Başarılı bir propaganda yöntemiyle Alman kamuoyunu arkasına almış, Mein Kampf adlı kitabında kendi uyguladığı propagandanın tüm ayrıntılarını açıklamış, böylece yalnız Alman halkını harekete geçirmeyi değil, bazı Avrupa uluslarını da etkilemeyi başarmıştır (Bektaş 2002: 153).

II. Dünya Savaşı radyo üzerinden kasıtlı olarak yanlış verilen bir haberle başlamıştır. Bir SS (nazi koruyucu bölüğü) başkanı ve 4 SS askeri 31 Ağustos 1939'da Gleiwitz radyosuna sivil olarak girer ve radyo personeli bağlanarak bodrum katına kapatılır. Havaya atılan bir kaç el atıştan sonra Almanca ve Polonyaca olarak radyodan yapılan duyurular ile savaş resmen başlar (Falkenberg 2005: 79). Yapılan haberlere göre radyo Polonya'lıların eline geçmiş, Polonya Almanya sınırlarını ihlal etmiştir. Hitler yaptığı bir açıklama ile savaş açma sebebini şöyle açıklamaktadır: "Bu akıllara zarar olaya bir son vermek için zor kullanmaya karşı zor kullanma ile cevap vermektan başka çarem kalmadı. Alman ordusu Alman halkının gururu ve hakları için büyük bir kararlılıkla savaşını sonuna kadar verecektir. Tüm askerlerden, Alman askerliğinin geleneklerine göre sorumluluklarını sonuna kadar yerine getirmelerini bekliyorum..." (Diller 1980: 301).

Savaş yıllarında yapılan "İstek Konserleri" özellikle askerlere moral kaynağı olsun diye yayınlanmaktadır. Amaç ev ile cephe arasında bir bağlantı kurmaktır. Askerlerin isteklerinin yanı sıra, mektuplardan paragraflar ve yeni

doğan bebeklerin haberleri askerlere buradan verilmektedir (Neumann 1993: 104-114). Sözel yayınlarda sürekli askerlere bağlı buldukları ülkeyi korumak için savaştıkları, büyük bir fetih için savaştıkları işlenmektedir. Aynı yayında halk ise, cephedeki inanılmaz kahramanlık öykülerini dinlemektedir (Falkenberg 2005: 87).

Savaş tek ve büyük bir aileyi oluşturmak için verilmektedir (Heide 1999: 139). Yayınlar Propaganda Bakanlığı'nın ve ordunun kontrolüne bağlıdır (Diller 1980: 341). Yayınlar "kazanacağız" "kazanyoruz" gibi zafer yeminleri verilmektedir. Şarkılar ise savaşın gerçeğini yansıtmamakta ya da gerçekler süslenerek verilmektedir. "Güçlü küçük asker karısı" veya "Bundan dünya batmaz ya" gibi şarkılarla halkın morali yüksek tutulmaya çalışılmaktadır (Falkenberg 2005: 88).

1939 ve 1940 yıllarında gerek program içerikleri gerekse propaganda anlamında hiçbir problem yaşanmamakta, her şey istenildiği gibi yürümektedir. Alman askerleri zafer üstüne zafer kazanmakta ve radyo bunu halka bildirmektedir (Dussel 2004: 101). Goebbels 1941'de yayıncılık anlamında yeni bir yapılanmaya gidilmesine karar verir: Radyo yayınları daha eğlenceli olmalıdır. Bunun için Hans Hinkel görevlendirilir ve başarılı olur (Dussel 2004: 105). Goebbels 1942 yılında radyo yönetiminde de değişiklikler yapar. Haber kaynağı olma tekeli ellerinde tutabilmek için yabancı kaynaklı radyoları dinleme yasağı getirir: Sadece dinleyenler değil, dinleyip edindikleri bilgileri üçüncü şahıslara aktaranlar da cezalandırılacaklardır. Hadamowsky şu sözlerle bu durumun gerekçesini açıklamaktadır: "Halkın hayatı için savaş veriyorsak, hiç kimsenin düşman yayınlarını dinlemeye ve başkalarına aktarmaya hakkı yoktur" (Klinger 1983: 58). 1940 yılının ilk yarısında bu sebepten 2400 kişi tutuklanmıştır. Cezalar idama kadar çıkarılırsa da yabancı kaynaklı radyoların dinlenmesi tam olarak engellenememiştir (Dussel 2004: 109).

1941'de Rusya ile başlayan savaş başarı ile yürütülen propagandayı etkilemiştir. Rusya ile zaten savaşmak istemeyen halk, savaşın uzamasından rahatsız olmuş ve gerginlik başlamıştır (Dussel 2004: 117). 1943 yılında Staling-

rad'ın 6. Ordu tarafından kapitülasyona uğratılması da Almanya'yı olumsuz etkilemiş, halkın Alman haberlerine olan güvenlerini sarsmaya başlamıştır. Halk arasında propagandaya karşı önyargılar oluşmaya başlamış, doğruların söylenmediği ya da kısmen iletildiği söylentileri yayılmaya başlamıştır (Dussel 2004: 118). Bu kadar geniş kapsamlı ve kontrollü bir kitle iletişim sistemiyle dahi başka kaynaklara ait bilgi ve yorumların halkın arasına sızması engellenememiştir. Burada en önemli unsur şüphesiz yabancı kaynaklı radyolardır.

Rusya'ya karşı açılan savaşın hemen kazanılmaması savaşa başka bir gidişat vermiştir. Başta elde edilen zaferlerin yerini 1941'den sonra mağlubiyet almaya başlamıştır. Bu tarihlerden sonra Almanya radyosunda düşmanı halka sürekli negatif gösteren yayınlar yer almıştır. Örneğin, "Yalancılar Lordu" adlı şarkı ile Churchill'e atıfta bulunulmuştur (Falkenberg 2005:112). 1942 yılına gelindiğinde ittifak devletlerinin uçakları, Almanya'nın büyük çoğunluğunu bombalayabilecek durumdadır. En önemli hedeflerin başında radyo yayın evleri gelmektedir. Bu tarihten sonra Almanya'da radyo dinlemek iyice zorlaşmıştır (Falkenberg 2005: 148).

Propaganda nasyonal sosyalizm zamanında hem kendi tanımına ihanet etmiş hem de kavram olarak bir darlaşma yaşamıştır. 17. yüzyılda katolik kilisenin misyonerlik girişimleri ile ortaya çıkan kavram, Fransız devriminde politik bir anlam üstlenmiş ve 20.yüzyılın başlarından itibaren reklam ile eş anlamlı kullanılmıştır. Nasyonal sosyalizm zamanının şifrelerini oluşturan resimler zamanla kitle ayaklanmalarına, lider (Hitler) konuşmalarına ve Sportplatz'ta "Tam bir savaş istiyor musunuz" şeklinde halka seslenen Goebbels'e ve en sonunda halkın her birimine seslenen politik ve ideolojik nasyonal sosyalizm mesajlarını oturma odasına getiren radyoya sebep olmuştur (Marbolek ve Saldern 1998: 45).

Nasyonal sosyalizm devletinde radyo, bir propaganda stratejisi olarak halkın düşüncelerini kontrol etme ve devletin bilgi kaynağını koruması açısından çok önemli bir yer teşkil etmiştir. Nasyonal Sosyalizm Hükümeti, çok geniş kapsamlı yönetim isteklerini radyo ile de uygulamaya çalışmıştır. Bu hükümet görüşüne göre

radyo; yetiştirmeli, eğlendirmeli ve mobilize etmelidir. Radyo programları da dönemin propaganda stratejilerini içermektedir. Hükümetin istekleri doğrultusunda bir program hazırlamak için sansür girişimlerinin yanı sıra bilinçli bir personel politikası da uygulanmıştır. Bu, hükümetin güçlenmesinde, hedeflerine ulaşmasında ve emniyet açısından çok önemlidir (Marbolek ve Saldern 1998: 47).

1945'ten sonraki dönemde propaganda Doğu ile Batı arasındaki ideolojik mücadelede temel silah haline gelmiştir. Soğuk savaşın bitimiyle birlikte propaganda uluslararası sahnedeki oyununu oynamaya devam etmektedir fakat günümüzde kullanılan biçimiyle politik, dinsel ve ekonomik ideolojilerin eskisinden çok daha karmaşık bir birleşimdir (Jowet ve O'donnel 1999: 203).

## **2. RADYO'DA HİTLER UYGULAMASI VE NASYONAL SOSYALİZM'DE RADYO YAYINCILIĞI**

1930'da Reichsverband Deutscher Rundfunkteilnehmer kurulmuş, 31 Temmuz 1932'de de Hitler buradan ilk radyo konuşmasını yapmıştır. 1933'de program denetimleri tamamen hükümet partisine geçirilmiştir. 1933 ve 1934 yıllarında yayın grupları birleştirilmiş, günde sadece bir kaç saat bölgesel yayın yapılmıştır. Diğer saatlerde Almanya genelinde aynı programlar yayınlanmıştır (Dussel 2004: 81).

Naziler en büyük başarısına radyo sayesinde ulaşmışlar ve bu araç resmi propagandanın en temel aracı olarak yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Nazi hükümeti döneminde ucuz ve tek kanallı radyolar üretilip lokanta, fabrika ve çoğu kamusal alanlara yerleştirilerek bu yayınların zorunlu olarak insanlara dinletilmesi radyonun önemi açıkça ortaya koymaktadır. Savaş boyunca radyo bekçileri ismi verilen kişiler de insanların doğru radyoyu dinleyip dinlemediklerini kontrol etmişlerdir. Bu dönemde radyo deniz aşırı yapılan propaganda faaliyetlerinde en temel araç durumundadır ve Hitler Avrupa ülkelerindeki Almanca konuşan insanlara doğrudan ulaşmak için radyoyu kullanmaktadır. Avusturya halkı 1933'teki radyo savaşının acısını çekenlerdendir. Bu dönemde Hitler Avusturya halkını kendi hükümetlerini yıkmaları için tahrik etmiştir. Radyo, 1936'da yapılan

Saar halkoylamasını kazanmak için Almanları destekleyerek ve Nazi karşıtı lider Max Brawn'a iftira ederek yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Bu amaçla kendilerine karşı fikirde olan bölgelere çok sayıda ucuz ve tek kanallı radyo cihazı dağıtılmıştır. Oylamadan bir gün önce Alman radyolarında Max Brawn'ın kaçtığı, Onun bir düzenbaz olduğu yönünde yayınlar yapılmıştır (Jowet ve O'donnel 1999: 224).

1938'de Viyana Radyo yayınları Almanya radyo yayınlarına bağlanmıştır. Bütün askeri hareketler radyo tarafından aktarılmıştır. 1 Ocak 1939'da radyo yayınlarının adı "Großdeutscher Rundfunk" olarak değiştirilmiştir

2. Dünya Savaşı'nda radyo büyük kitlelere ulaşır duruma gelmiştir ve radyo diğer ülkelere yönelik propaganda için de kullanılmıştır. Savaşan iki kampın üyeleri mesajın kaynağını ortaya koymadan uzak mesafelere ulaşma olanağı veren yeni iletişim aracı radyoyu yoğun biçimde kullanmışlar ve bu kanalla beyaz, siyah ve gri propaganda yapmışlardır. Bu amaçla kurulan korsan radyo istasyonları düşmana hem doğru hem de uydurma haberleri ulaştırmış ve özel yorumcular kullanarak yayınların sanki düşman ülkelerden yapıldığı kanaati uyandırılmıştır (Bektaş 2002: 164).

Radyo, Goebbels tarafından kitleleri etkileme açısından en modern ve en önemli araç olarak tanımlanmıştır. Alman radyosu 1950'li yılların sonlarına kadar devlet propagandasında çok önemli bir rol almıştır (wikipedia.org, 19.05.2010).

Nasyonal Sosyalizmde devletin gücünü kullanmak ve istediklerini yerine getirmek için, radyoda çalışanlara yaptırımlar uygulanmaktadır. Gerekli görüldüğünde insanların fiziksel varlığına da son verilebilmektedir. Üstelik bu durum, politika ve ırkçılık anlayışına göre kanunlaştırılmıştır (MarBolek ve Saldern 1998: 48).

Nasyonal sosyalizmin radyocuları da kendilerini propagandanın bekçileri olarak görmektedirler (wikipedia.org. "Wir sind die SA der Propaganda", 20.05.2010) "Biz radyocular, öncüleriz. Kendimizi propagandanın bekçisi olarak hissediyoruz. Caddeleri boşaltıyor ve tüm evlere ulaşıyoruz ki, Nasyonal Sosyalizm'in politik

ve kültürel görüşlerinin büyük gücü tüm halkımıza ulaşsın. Radyo için çalışmak demek; parti için çalışmak, lider için çalışmak demek. Radyo evinde veya dışarıda, biz savaşçılar topluluğuyuz ve Nasyonal Sosyalizm için hizmet veriyoruz (Heide 1994: 76). Radyo yayın yöneticisi Eugen Hadamowsky 1935'te yaptığı bu konuşma ile tüm radyo çalışanlarına görevlerini bildirmektedir. Radyo çalışanlarının mesleklerini kayıtsız şartsız Nasyonal Sosyalizm için propaganda hizmeti yaparak yerine getirmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda birçok kişinin işlerine son verilirken radyodaki farklı pozisyonlar da parti yanlılarına verilmektedir (Hüttenberger 1977: 417-422).

Yayın içeriğini yakından incelemek hükümetin radyo yayıncılığında ne derece propaganda yaptığını belirlemek açısından ve rejimin, politik, ekonomik, kültürel ve ideolojik arzularının incelenmesi açısından çok faydalı olacaktır. Eğlence programları, hedef kitle programları, bayan ve gençlik radyoları bu bölümde daha yakından incelenecektir.

Nasyonal sosyalistler 1932'de yapılan radyo reformu ile sadece radyonun personeline müdahale etme hakkına değil ayrıca yayın içeriğine de müdahale etme hakkına sahip olmuşlardır (Leonhardt, Joachim-Felix (Hg.), 1997).

1934 yılında tüm yayın kurumları merkezi bir sisteme tabi tutulmuştur. Nasyonal Sosyalizm Radyosu 10 bölgesel radyodan, 1938'de savaştan sonra 12 bölgesel radyodan, bir "Almanya radyosundan" ve bir de yurt dışı için hazırlanan "Deutsche Kurzwellensender" adlı radyodan oluşmaktadır. Radyo içeriğinin temel ilkelerini RMVP (Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı) belirlemektedir. Yayın içeriğinde zaman zaman farklılıklar olmaktadır. Bir propaganda aracı olarak radyonun asli görevinde (Nasyonal Sosyalizm ideolojisini ve politikasını dinleyicilere aktarmak) hiçbir zaman değişiklik olmamıştır. Radyo "Halk'tan, Halk için Halk Radyosu" parolası ile halk ve Nasyonal Sosyalizm sevgisini Alman halkının içine iyice yerleştirme güdüsü ile işlenmektedir (Kurt 1933: 397).

Weimar Cumhuriyeti'nin devrilmesinden hemen sonra, ideolojik ve politik içerikleri vermek için Nasyonal Sosyalizm etkinliklerinin



politik içerikli konuşmaları propaganda olarak yayınlanmaya başlanmıştır. Bunun üzerine dinleyiciden gelen tepkilerle, bu tür girişimlerle dinleyicilerin radyoya bağlanamayacağı anlaşılmıştır. Goebbels'in Mayıs 1933'te getirdiği düzenleme ile ayda sadece iki adet politik içerikli konuşmaya izin verilmiştir. 1933 ve 1934 yıllarında yayın içeriğinde değişiklikler yapılmış ve müzik yayınları çoğaltılmıştır. Yapılan müzik yayınlarında yine "Halk için sanat" anlayışı yatmaktadır. Nasyonal Sosyalistler için kitlenin çoğunluğunu radyoya bağlamak ve böylece propaganda yapabilmek çok önemlidir (MarBolek ve Saldern 1998: 99-100).

Yüzdesel olarak 1935-1937 yılları arasında müzik oranında artış gözlemlenmiştir. 1938 yılından itibaren 40'lı yılların ortalarına kadar müzik yayınları yerini sözel yayınlara bırakmıştır, yayın içeriğini politik olaylar oluşturmuştur (Wolfram 1983: 45).

Savaş zamanı program ana başlıkları savaşın gidişatına göre değişiklikler göstermiştir. 1940 yılında tüm radyolarda tek tip yayın kuralı getirilmiş, böylece radyolarda daha sıkı kontrol ve yönetim sağlanabilmiştir ki, bu Nasyonal Sosyalizm için çok önemlidir. 1941'e gelindiğinde yayın 13 saat müzik ve 8 saat sözel yayın olmak üzere günde 21 saatten oluşmaktadır. 1942 yılında savaş sebebiyle dinleyicilerin daha fazla bilgiye ihtiyaç duydukları bir dönemdir ve radyo bu dönemde sözel yayınlarını kaldırmıştır. Savaşın son aylarında radyo yayıncıları oldukça zorlanmıştır. Gün geçtikçe yayın yapan radyo sayısı azalmıştır. 8 Mayıs 1945'te Flensburg Radyosu Nasyonal Sosyalizm radyoculuk döneminin son haberini vermiştir; Berlin kapitülasyona uğramıştır (MarBolek ve Saldern 1998: 104-105).

### **2.1. Nasyonal Sosyalizmde Bayanlara Yönelik Radyo Yayıncılığı**

Bayanlara yönelik radyo yayınları bayanlardan beklenen toplumsal rolü ve birlik için gereken sorumlulukları yerine getirmeleri için bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Direkt propaganda yerine radyo yayıncılığına ait özel yöntemler kullanılmıştır (Kate 1994: 589). Bayanların çoğu erkeklerden daha fazla radyo dinlediği ve daha çabuk etki altında kaldıkları

için, yerleri ayrı bir önem taşımaktadır (Gerhard 1942: 150).

Nasyonal Sosyalizm dönemi bayan radyosu, Nasyonal Sosyalizm cinsiyet politikası, iş hayatı politikası, ırkçılık ve toparlanma politikası açısından bir transistör görevi taşımaktadır. Kuhlmann, Nasyonal Sosyalizm bayan radyoculuğunun amacını şöyle tanımlamaktadır: "Halk politikasında, sağlığında ve birliğinde öncülük yapmak. Ekonomik açıdan Hitler'in dört yıllık kalkınma politikasına göre öncülük yapmak, genel ekonomik kalkınma adına öncülük yapmak ya da savaş sonrasında savaş ekonomisinin elverdiği koşullarda kalkınmaya öncülük yapmak (Kuhlmann 1942: 72).

Bayan radyosunda ev ekonomisi, çocuk yetiştirme, evlilik sorunları, yemek pişirme gibi program içeriklerinin temelinde politik ve ideolojik mesajlar yatmaktadır. Bu tür yayınların amacı ayrıca halkın alışveriş alışkanlıklarını da yine nasyonal sosyalizmin Autarkie (www.geschichtsatlas.de: 19.01.2010) politikası için etkilemektir. Böylece bayanların mevsimsel milli ürünleri sarfetmeleri ve olmayan ürünlerden (yağ vs. gibi) kaçınmaları amaçlanmaktadır. Bu tür kampanyalar ile dolaylı olarak çok fazla propaganda yapılmıştır. Bunun haricinde evlilik, çocuk yetiştirme ile alakalı konular özel sorunlar olarak değil, devlete ve halka karşı sorumluluklar olarak, Alman Halkı'nın yaşam savaşı olarak dile getirilmiştir (MarBolek ve Saldern 1998: 113-114).

### **2.2. Nasyonal Sosyalizmde Genç Erkeklerle Yönelik Radyo Yayıncılığı**

1924 yılından itibaren var olan Gençlik Radyosu 20 Nisan 1933 tarihinden sonra HJ-Funk (Hitler Jugend Funk - Hitler Gençlik Radyosu) olarak yayınlarına devam etmiştir. Hitler gençliği propagandası yapmak için radyonun diğer radyolara göre öncelikleri vardır. Her radyo evinin bir gençlik radyosu birimi ve her birim başkanının altı olan bir Hitler Gençlik Lideri – aynı zamanda HJ Radyosu ve BDM (Bund Deutscher Mädchen-Alman Kızlar Birliği) Radyosu'nun da sorumlusu- vardır (Pohle 1995: 312).

Hitler gençlik radyosunun amacı şöyle tanımlanmaktadır: "HJ (Hitler Jugend Funk) Radyo-

su Nasyonal Sosyalizm dünya görüşünü gençlerin kalbine ve ruhuna işlemeyi amaçlamaktadır. Bizim yayınlarımız bizim yandaşlarımızı ve kişinin kendisini, orada burada tesadüfen HJ Radyosu dinleyen sizleri çok güçlü bir şekilde Nasyonal Sosyalizm Dünya görüşü ile yetiştirir” (Noethlichs, 1935: 213).

Bu amaca göre radyonun işlediği konular da önceden belirlenmektedir: Bunlar HJ (Hitler Jugend Funk) ile ilgili haberler, düzenlemeler, bildirimler, reklam ve enformasyon, etkinlikler, ırkçılık, spor, el işleri, şiir, edebiyat ve tarihsel olaylardan oluşmaktadır (Christel 1938: 73). HJ radyosunun HJ an der Arbeit (HJ iş başında), Jungvolk hör zu! (Genç halk dinle), HJ Sport (HJ spor) gibi belirli seri yayınları bulunmaktadır (Hermann 1935: 48). 1934-1935 yıllarından sonra gençlik radyolarının sayısı artmıştır. Yayın saatleri de HJ Radyosu'nun önemini vurgulamaktadır. Öğle kuşağı 15.00-16.00 haricinde 17.00-18.00 ve 18.00-19.00 yayın kuşakları da HJ radyosuna verilebilmektedir ki, bu zamanlar en fazla dinleyiciye ulaşılan zamanlardır. Gençlerin birçoğunun çalışıyor olması sebebiyle yayınlar bu saatlere kaydırılabilmektedir. Bu, bayan radyosunda hiçbir zaman geçerli bir sebep olmamıştır. En iyi saatler olarak ayrılan pazar günleri ve akşam saatleri de gençlik radyosu için ayrılabilir.

HJ bir gençlik radyosudur ve sadece erkek gençlere seslenmektedir ve onlara Nasyonal Sosyalizm devletindeki çok önemli yerlerini aşımaya çalışmaktadır. Bu amaçla yapılan yayınlar Morgenfeier der HJ (Hitler Gençliğinin Sabah Eğlencesi) ve Stunde der Jungen Nation (Genç Ulusun Saati) başlıklı yayınlar çok önemlidir. Programın asıl amacı Nasyonal Sosyalizm bilincinin oluşturulmasıdır. Yayınlardaki konular buna bağlı olarak Almanlık, Kahramanlar, İdealler, Alman askerleri, Sanat ve Nasyonal Sosyalizm Devleti'nin Zaferleri” gibi konuları kapsamaktadır. “Dünyadaki her büyük şey sadakat sonucu olmuştur” “Sorumluluklarını yerine getirmeye çalış ve içinde ne olduğunu bil” “Büyük savaşta Alman askerlerinin gezintileri” gibi başlıklar radyoda verilen mesajlardan bazılarıdır.

“Genç Ulusun Saati” adlı yayında Lider Hitler, halk ve memleket konularında özellikle gençle-

rin dikkatini çekmeye ve merak uyandırmaya çalışmaktadır. HJ Radyosu'nun bir kolu olan BDM Radyosu da aynı şekilde propaganda amaçlı kullanılmakta ve yaklaşık olarak aynı konular işlenmektedir (MarBolek ve Saldern 1998: 120-124).

Dönemin hukuk danışmanı Jutta Rgdiger BDM Radyosu'nun görevlerini şöyle sıralamaktadır: “Erkekler politik askerler, kızlar da güçlü bayanlar olarak yetiştirilecek ve politik askerlerin yandaşları olacaklardır. Daha sonra evlerinde eş ve anne olarak Nasyonal Sosyalizm anlayışına göre yaşayacak ve gururun, metanetin yeni kuşaklarını yetiştireceklerdir. Bu yüzden bilinçli bir şekilde politik bayanlar yetiştirmek istiyoruz. Bu demek değildir ki; ileride parlamentoda tartışacak bayanlar yetiştiriyoruz, Alman halkının yaşam mücadelesini bilen ve buna göre hareket eden genç kızlar ve bayanlar yetiştiriyoruz” (Klönne ve Dritten 1990: 83).

Gençlik radyosu sadece harika bir Nasyonal Sosyalizm gençlik propaganda aracı değil, cinsiyete yönelik seslenişi ile de ilerideki kuşaklara rollerini şimdiden dikte etmesi ve Nasyonal Sosyalist bir toplumun temelini hazırlanması açısından çok önemli bir araçtır (MarBolek ve Saldern 1998: 125).

Nasyonal Sosyalizm döneminde radyo ile bir “Halk Birliği” kavramı oluşturulmaya çalışılmıştır. Halk radyosu adı altında Nasyonal Sosyalizm dönemi radyo personeli tarafından, radyoyu geliştirmeye yönelik düzenlenen tüm etkinlikler ve yarışmaların hepsi asılsız çıkmıştır. Yapılan tüm etkinlikler propaganda amacı taşımış ve halk için yayın yapıyor mesajını vermiştir. Nasyonal Sosyalizm radyocuları çeşitli hikayelerle ve göz boyamalarla dinleyicinin bilinç altına hitap etmeyi başarmıştır. Nasyonal Sosyalizm radyonun bir medya aracı olduğu gerçeğini çok iyi gizlemiş, simülasyondan bir haber olan halka yaşanan, yayınlanan her şeyi gerçek hayatın kendisi gibi vermeyi başarmıştır (MarBolek ve Saldern 1998: 125).

Savaşın ilerleyen dönemlerinde radyo dinleme alışkanlıklarında değişimler olmuştur: Sosyal gerçeklikte savaşı yaşamak, savaşı radyoda yaşamaya benzemediğinden birçok insan, savaşın da hayatlarına girmesiyle normal hayata geri dönmek istemiştir. Bu anlamda savaş,

radyo algılamasında bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Nitekim insanlar artık radyoda söylenen her şeye kanmaz hale gelmişlerdir (Marbolek ve Saldern 1998: 125).

## SONUÇ

Atatürk 1935 yılında mecliste yaptığı bir konuşmasında radyonun önemine dikkat çekmek için şöyle söylemektedir: “Ulusal kültür için pek lüzumlu olduğu kadar, uluslararası ilgiler bakımından da yüksek değeri olan radyo işine önem vermemiz çok yerinde olur” (Kaptan 2002: 9). Atatürk’ün bu sözleri değerlendirilecek olursa; yüce önder radyonun ulusal ve uluslararası çıkarlar bakımından önemini dünyadaki birçok liderden çok daha erken fark etmiş ve bu konuya meclisin ve halkın da dikkatini çekmeye çalışmıştır.

Radyonun her mekanda ve kolaylıkla ulaşılabilir bir araç olması onun yazılı basının önünde yer almasını sağlamaktadır. Hitler ve propaganda bakanı Goebbels de radyonun önemini çok iyi anlamış iki siyaset adamı ve lider olarak kendi düşüncelerini halka kabul ettirmek ve onları istedikleri davranışlara yönlendirmek için radyoyu bilinçli bir şekilde sonuna kadar kullanmışlardır. Bu propaganda içerikli yayınlar gayet etkili olmuş, ancak savaş sırasında beklenmedik gelişmeler yaşanması ve Almanya’nın düşman uçakları tarafından bombalanması ve yenilgiye uğraması, gerçekleri ortaya çıkartarak Hitler’in propagandalarını boşa çıkarmıştır.

Bu çalışma için Almanya’da yapılan araştırma ve incelemeler neticesinde radyonun sadece Hitler döneminde değil, günümüzde de propaganda amacı ile kullanıldığı söylenebilir: Almanya’da Türkçe ve diğer dillerde sınırlı süre ya da sayıda yabancı yayınlara izin verilmesinin asıl nedeninin; Almanlar dışındaki kitlelerin Almanya’nın politikasına uygun olarak bilinçlendirilmesi ve biçimlendirilmesi denilebilir. Bu durum bazı Alman yetkililer tarafından “yabancıların Almanlara entegrasyonunun sağlanması” olarak ifade edilmekte ve bu neden Almanya’da Almanca dışında yayın yapan radyoların kuruluş amaçları içinde de belirtilmektedir.

## KAYNAKLAR

Akarcalı S (2003) 2. Dünya Savaşı’nda İletişim ve Propaganda, İmaj Yayıncılık, Ankara.

Aziz A (2002) Radyo Yayıncılığı, Nobel Yayınevi, Konya.

Bektaş A (2002) Siyasal Propaganda, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

Breitkopf K (Hrsg.) (2007) Rundfunk, Faszination Hörfunk. Mit Beiträgen von Hans Joachim Manger und Rolf Nusser. Hüthig GmbH, Heidelberg.

Chantler P ve Harris S (1997) Local Radio Journalism, A division of the Reed Educational and Professional Publishing Ltd., Great Britain.

Christel R (1938) Der Jugendfunk. Sein Aufbau und seine Aufgaben unter besonderer Berücksichtigung seines publizistischen Wirkungstrebens, Würzburg.

Diller A (1980) Rundfunkpolitikim Dritten Reich, München.

Dussel K (2004) Deutsche Rundfunkgeschichte. 2. Auflage UVK, Konstanz.

Dussel K ve Lersch E (hg) (1999) Quellen zur Programmgeschichte des deutschen Hörfunks und Fernsehens, Göttingen.

Falkenberg K (2005) Radiohören, Zu einer Bewußtseinsgeschichte, 1933-1950. Hans Falkenberg Verlag/ Institut für Alltagskultur, Haßfurt, Nürnberg.

Gerhard E (1942) Der Rundfunk als Führungsmittel (Studien zum Weltrundfunk, Bd. 1), Heidelberg.

Hadamowsky E (1934) Dein Rundfunk, Das Rundfunkbuch für alle Volkgenossen, München.

Heide R (1994) 70 Jahre Funkausstellung, Politik- Wirtschaft- Programm, Berlin, (Radyo yayın yöneticisi Hadamowsky’nin 1935’te 12. Büyük Alman Yayıncılık Sergisindeki Konuşması).

Heide R (1999) Lieber Rundfunk, Berlin.

Hermann R (1935) Der Hitlerjugendfunk des Deutschlandsenders in Publikum.

Hitler A (2001) Kavgam, Refik Özdek (çev), Yağmur Yayınları, İstanbul.

## Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo (64-75)

- <http://en.wikipedia.org>. Wir sind die SA der Propaganda, erişim tarihi: 20/05/2010.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Goebbels](http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels), erişim tarihi: 19.05.2010.
- [http://www.geschichtsatlas.de/~gb27/zus\\_autar\\_k.html](http://www.geschichtsatlas.de/~gb27/zus_autar_k.html), erişim tarihi: 19.01.2010.
- Hüttenberger P (1977) Nationalsozialistische Polykratie, in: *Geschichte und Gesellschaft* 2 Jg.
- Kalender A (2000) Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kaptan A (2002) 1927'den Günümüze Anılarla Radyo-Televizyon, Maltepe Üniversitesi Yayınları No:14, İstanbul.
- Kasım M (2009) Türkiye'de Özel/Tecimsel Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci ve Konya'daki Tecimsel Radyolar Üzerine Bir İnceleme *Selçuk İletişim*, 5 (4), 118-135.
- Kate L (1994) Bridging the Divide, Women, Radio and The Renotiation of the public and private spheres in Germany 1923-1945, Diss. Liverpool 1993 (nunmehr veröffentlicht unter dem Titel *Feminine Frequencie. Gender, German Radio and the Public Sphere, 1923-1945*, Ann Arbor 1996, From Plauderei to propaganda, On women's radio in Germany, 1924-1935, in: *Media, Culture and Society*, 16.jg.
- Klinger W (1983) Nationalsozialistische Rundfunkpolitik 1942-1945, Organisation Program und die Hörer, Diss Mannheim.
- Klönne A J ve Dritten R (1990) *Die Hitler-Jugend und ihre Gegner*, München.
- Koch H (2006) *Wunschkonzert, Unterhaltungsmusik und Propaganda im Rundfunk des Dritten Reichs*, Jörg.
- Kuhlmann H (1942) *Die Frau und Rundfunk unter besonderer Berücksichtigung des Frauenfunks*, Diss, Berlin.
- Kurt F (1933) *Programmgestaltung einst und jetzt*, in: Kolb, Richard / Siekmeier, Heinrich (Hg.), *Rundfunk und Film im Dienste nationaler Kultur*, Düsseldorf.
- Kuruoğlu H (2006) *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*, Nobel Yayın, Ankara.
- Lenssen C (2000) *Unterworfenene Gefühle*, in: Benthien, Claudia/ Anne Fleig/ Ingrid Kasten (Hrsg.), *Emotionalität*, Köln.
- Leonhardt Joachim-Felix (Hg.) (1997) *Programmgeschichte des Hörfunks in der Weimarer Republik*, 2 Bd., München.
- Marbolek I ve A von S (Hg.) (1998) *Zuhören und gehört werden I. Radio im National*.
- Neumann-Braun K (1993) *Rundfunkunterhaltung*, Tübingen.
- Noethlichs R (1935) *Ein HJ-Funkleiter gibt Antwort*, in: *Reichs-Jugend-Pressedienst*.
- Jowet G S ve O'donnel V (1999) *Propaganda and Persuasion*, Sage Publications, California.
- Özsoy O (1998) *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma*, Alfa Yayınevi, İstanbul.
- Pohle H (1995) *Der Rundfunk als Mittel der Politik. Zur Geschichte des deutschen Rundfunks von 1923/ 1938* (Wissenschaftliche Schriftenreihe für Rundfunk und Fernsehen, Bd. 1), Hamburg.
- Pratkins A ve Aranson E (1999) *Age of Propaganda*, W.H. Freeman and Company, New York.
- Thamer H U (1994) *Verführung und Gewalt, Deutschland 1933-1945*, Berlin.
- Wolfram W (1983) *Hörspiele im Dritten Reich, Zur Instituonen, Theorie und Literaturgeschichte*, Bon.