

Radyoda Dış Yayıncılık

NESLİHAN DEĞİRMENCİOĞLU*
ÖZLEM YALÇIN*

TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı
Prodüktör*

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle eş anlı olarak bölgesel bazda üretilen siyasal, sosyal ve ekonomik içeriklerin, küreselleşmeye bağlı olarak medya ile farklı coğrafyalara aktarılması bir gereklilik olmuştur. Özellikle kamu diplomasisi anlayışının iletişim stratejisi olarak benimsenmesi, ülkelerin ulusal çıkarlarının yabancı ülkelere aktarılması, benimsetilmesi anlayışı dış yayıncılığı etkili kılmaktadır. Burada önemli olan nokta başta teknoloji olmak üzere her aracın artık uluslararası yayıncılığı zorunlu bir hale getirmesidir. Bir ülkenin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde radyo ve televizyon yayınlarını kendi ülke sınırlarının dışına çıkarması “uluslararası yayın” ya da “yurt dışı yayın” olarak adlandırılmaktadır.

Dış yayıncılık farklı amaçlar doğrultusunda yapılır ve temelde ulaşılması gereken iki farklı hedef kitle vardır. Bu kitlelerden ilki, yayın yapan ülkenin yurtdışında yaşayan vatandaşlarıdır. Ülkenin ana dilinde yapılan bu yayınların amacı, doğru bilgi ve haber akışının ilk ağızdan ulaştırılması suretiyle, anavatanından uzakta yaşayan vatandaşların ülkeleriyle bağlarını güçlü tutmak, onlara manevi ve kültürel destek olmak, birlik ve beraberliklerini korumalarını sağlayarak, yalnız olmadıklarını hissettirmektir. Radyodan yapılan dış yayınların ikinci hedefi ise dünya kamuoyudur. Bu yayınlar hedeflenen ülkelerin dillerinde yapılır. Amaç ülkenin izlediği politikaları ve attığı adımları doğru bir şekilde anlatmak, hitap edilen hedef kitlenin sempati ve desteğini kazanarak, ülke imajını geliştirmek, dil ve kültür öğelerini hâkim kılarak bir zihin inşasında bulunmaktır.

İkinci Dünya Savaşı'yla başlayan dönemde ve sonraki yıllarda, “dış yayınlar, ulusların politik görüşlerini, saptanan hedefe yönlendiren, devletin ideolojik bir aygıtı olarak propagandaya karşılık propaganda aracıyken”(Akarcalı, 1989:18)geçen zaman içerisinde ülkelerin kültürlerini yayma, eğitim, ticareti geliştirme, prestijini

artırma, turizm-tanıtım ve dünyanın dört bir yanına dağılmış, vatanından uzak yaşayan vatandaşlarına ulaşmak işlevini üstlenmiştir. Hedef kitle, iletim araçları, içerik, yayın yapılan bölge, ihtiyaçlar ve öncelikler açısından değerlendirildiğinde dış yayınlar, içe dönük yayınlardan farklıdır. Etki alanı ve işlevi göz önünde bulundurulduğunda bir ülkenin dış yayınlarının itibarı, o ülkenin itibarı olarak değerlendirilmektedir.

Hedef Kitleye Ulaşma Yönteminde Büyük Çeşitlilik

Uluslararası radyo yayınlarının, hedef kitlenin özellikleri, ihtiyaç ve teknik imkanlar göz önünde bulundurularak farklı mecralardan ulaştırılması söz konusudur. Yayınlar halihazırda, kısa dalgadan (SW), hedeflenen ülkede yerel radyolar aracılığıyla FM veya orta dalgadan; uydu, kablo, internet ve mobil uygulamalar ile dinleyiciye ulaştırılmaktadır. Yapılan yayınlar zamandan bağımsız olarak daha sonra podcastlerle de dinlenebilmektedir.

Mevcut radyo yayın bantlarından (AM ve FM) sayısal karasal yayın teknolojileri ile yüksek kalitede ses iletimi yapılabildiğinden, günümüz radyo yayıncılığı pek çok ülkede sayısal ortamdaki yayın yapmaya yönelmiştir. Sayısal karasal radyo yayıncılığında dünyada Digital Audio Broadcasting (DAB, DAB+), Digital Radio Mondial (DRM+, DRM 30), China Digital Radio (CRM) ve High Definition Radio (HD Radio) olmak üzere 4 standart kullanılmaktadır. Avrupa ve Avustralya kıtalarında DAB, Amerika kıtasında HD Radyo, Çin'de CRM, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Afrika'da ise DRM tercih edilmektedir.

Günümüzde bölgesel radyo yayınlarının FM bandı üzerinden yapılması tercih edilmektedir. Ses kalitesinin yüksekliği bunun en önemli nedenidir. Ancak ülkeler FM bandından daha geniş kapsama ağına sahip Genlik Modülasyonu üzerinden yayınlar yapan istasyonlar kurmakta, bunlarla da radyo yayıncılığını sürdürmektedir. Temel amaçları haber vermek olan bu yayınlar, ülkelerin dış politikasına, ekonomi ve kültürüne katkı sağlamak, tanıtımını yapmak gibi çeşitli amaçlara yönelik olmaktadır. Dolayısıyla uluslararası radyoculukla yaygın, bölgesel ve yerel radyo yayıncılığı arasında bir bağ bulunduğu gerçektir. Uluslararası radyoculuk denilince ülke sınırları ortadan kaldırılmış olup; kolay erişebilir, anlaşılabilir, hızlı ve akıcı şekilde geniş kitlelere ulaşan yayıncılık türü akla gelmektedir.

Radyoda Dış Yayıncılığın Tarihsel Süreci

İtalyan mühendis ve mucit Guglielmo Marconi'nin 1920'lerin başında kısa dalga boyunun çok uzaklara, ülke sınırları dışına ulaşabildiğini fark etmesi ile dünya dış yayıncılık konusunda çok önemli bir adım atmış olur. Sınırları ötesindeki kitlelere

ulaşmak için ülkeler, birbiri ardına kısa ve orta dalgadan yurt dışına yayın yapmaya başlarlar. Radyonun bu anlamdaki gücünü ilk fark eden SSCB olur. SSCB, ideolojisini sınırlarının dışına anlatabilecek etkin bir araç olarak radyoyu kullanmaya karar verir. Moskova Radyosu 1929'da Almanca, Fransızca ve İngilizce dillerinde dış yayıncılığa başlar. 1932 yılına gelindiğinde Moskova Radyosu aralarında Türkçe'nin de olduğu 11 dille sınırları ötesine yayın yaparak devlet ideolojisini dünyaya aktaran bir radyoya dönüşür (Winek , 2009: 100).

Aynı dönemde dış yayıncılığa başlayan bir başka ülke ise Hollanda olur. Dünyanın yeni tanıştığı kısa dalga teknolojisini kullanan Hollanda, yaptığı yayınlarla sömürgeleri Doğu Hindistan ve Endonezya'ya ulaşır. Fransa da aynı amaç doğrultusunda, 6 Mayıs 1931'de ilk uluslararası radyo yayını gerçekleştirir. Le Poste Colonial adlı radyosu ile Fransa, Asya Afrika ve Pasifik Adaları'ndaki sömürgelerine yayınlarını ulaştırır (<http://100ansderadio.free.fr/HistoiredelaRadio/1931.html>).

Dış yayıncılığı günümüzde de en etkin kullanan kurumlardan biri olan Britanya Yayın Kurumu BBC ise, düzenli dış yayıncılığa 1932 yılında başlar. O yıllarda adı "İmparatorluk Servisi" olan radyo, ilk yayını 19 Aralık 1932'de gerçekleştirir. Bu tarihten 6 gün sonra 25 Aralık 1932'de Kral V. George Londra'dan binlerce kilometre uzaktaki sömürgelerine kısa dalga üzerinden şöyle seslenir:

"Modern bilimin sağladığı bu müthiş imkanla, İmparatorluğun her köşesinde yaşayan halkıma bu Noel gününde seslenebiliyorum. İmparatorluğun daha güçlü bir bağ ile birleştiği bu zamanda kablosuz iletişimin mevcut mükemmelliğine ulaşmış olmasını büyük bir şans olarak görüyorum. Çünkü bu teknoloji birliğimizi daha sıkı şekilde bir araya getirmek için bize muazzam imkanlar sunuyor." (http://www.bbc.co.uk/worldservice/history/story/2007/02/070123_html_1930s.shtml).

Kral V. George'un iki büyük savaş arasındaki dönemde, Londra'dan binlerce kilometre uzaklıktaki Avustralya ve Yeni Zelanda'ya yönelik olarak radyodan yaptığı bu 3 dakikalık konuşma, emperyal sistemin sürdürülmesi ve İngilizce'nin tüm dünyada etkin dil olarak kabul edilmesi açısından önemlidir. Diğer yandan bu konuşma, kısa dalga üzerinden yapılan ve çok çok uzak noktalara ulaşan dış yayınların ne kadar güçlü ve önemli olduğunu ortaya koymuş ve dış yayıncılıkta yeni bir dönem başlatmıştır.

II. Dünya Savaşında Radyo ve Propaganda

Radyo, 1930'lu yıllar boyunca tüm dünyada en etkili kitle iletişim aracı olarak kullanılır. Devletler politikalarını hem kendi halklarına hem de sınırları ötesine anlatabilmek için yaygın olarak radyodan yararlanırlar. İkinci Dünya Savaşı'na giden dönemde ve savaş yıllarında radyonun en önemli işlevi, propaganda olarak nite-

lendirilebilir. Bir başka ifadeyle, İkinci Dünya Savaşı, radyonun kullanımına yeni bir boyut getirir demek çok da yanlış olmaz. Radyo, neredeyse hava, kara ve deniz kuvvetleri kadar güçlü bir araç olarak algılanır ve yararlanır. Savaş sırasında radyonun toplumu yönlendirme ve kamuoyu oluşturabilme gücü fark edilir, aileler radyo başında toplanarak haberleri dinler, radyo dışında başka bir araçla ulaşamayacak yerlere yayınlar yapılır, tüm dünyada korsan radyolar ve propaganda yayınları artar. Yurt dışına bir propaganda aracı olarak yapılan radyo yayınları, 2. Dünya Savaşı sırasında çok etkili rol oynar. "Savaş zamanı sözcükler birer silahtır" diyen Adolf Hitler, radyonun bu gücünü en iyi kullananlardan biri olur. Nazi Almanyası ve onun propaganda bakanı Goebbels, propagandaya yeni boyut ve açılımlar getirir. Radyonun kitlelere kolay ulaşan ve etkileyen, yaygın bir iletişim aracı olarak önemini fark eden Nazi Almanyası ve Batılı güçler bu aracı kullanarak psikolojik savaş başlatırlar ve cepheden çok radyo yayınları sayesinde güç kazanırlar (http://www.bbc.co.uk/worldservice/history/story/2007/02/070123_html_1930s.shtml).

1941 yılı sonunda 2. Dünya Savaşı'na dahil olan ABD de o zamana kadar dışında kaldığı dış yayıncılığa, savaşa katılmasından hemen sonra başlar. 1 Şubat 1942 tarihinde Almanca olarak Avrupa'ya gerçekleştirilen ilk yayında spiker " her gün bu saatte Amerika ve savaş hakkında konuşacağız. Haberler iyi de olsa, kötü de olsa biz size gerçekleri aktaracağız" (<https://www.insidevoa.com/a/2365229.html>). der. Çünkü Amerikalı siyasetçiler Nazilerin yaptığı propaganda ile baş etmenin tek yolunun Avrupa'ya yapılacak ve kendi gerçeklerini aktaracak propaganda yayınları olduğunu fark etmişlerdir. Amerika'nın Sesi Radyosu, dış yayıncılığın bu etkin gücünden savaş boyunca yararlanmaya devam eder. Almanca yayınlara başka diller de eklenir ve savaş bittiğinde VOA kırk dilde yayın yapan dünyanın etkili dış yayıncılık kuruluşlarından bir haline gelir.

Soğuk Savaş Yıllarından Günümüze Dış Yayıncılık

Radyo üzerinden yapılan dış yayıncılık, savaş sonrasında ortaya çıkan iki kutuplu dünya düzeninde de etkinliğini sürdürmeye devam eder. Hatta propaganda içerikli yayınlar daha da önemli hale gelir. Soğuk savaş yıllarında kendi ideolojilerini yaymak isteyen ülkeler, kısa dalga yayıncılığa yatırım yaparak seslerini dünyanın en ücra köşesine kadar ulaştırmaya çabalarlar. ABD ile SSCB arasında her alanda yaşanan rekabet ve üstünlük mücadelesi kendini dış yayıncılıkta da gösterir. ABD komünizmle mücadele hedefiyle kurduğu Radio Free Europe ve Radio Liberty adlı radyolarla Doğu Bloku ülkelerini hedefleyen yayınlar yapar, yaptığı bu yayınların meyvelerini ise 1990'ların başında alır. Genel kanı; Batı dünyasının soğuk savaş

boyunca aralıksız sürdürdüğü ve komünist rejimleri eleştirdiği yayınların Berlin Duvarının yıkılması ve Sovyetler Birliği'nin çökmesinde oldukça etkili olduğu şekildedir (Kounalakis, 2016: 1).

20.yy'ın ortalarına gelindiğinde dış yayıncılığın aktörleri de sayıca artar. Savaş sonrası dönemde ABD ve SSCB dışındaki ülkeler de kısa dalga üzerinden yapılan radyo yayıncılığını etkin olarak kullanmaya başlarlar. Radyo dalgalarının sınır tanımayan özelliğiyle, uzak mesafelere ve çok geniş bir alandaki büyük bir dinleyici kitlesine, üstelik de düşük maliyetle ulaşılır. Lobcilik, haber iletme, propaganda ve BBC örneğinde olduğu gibi sömürgelerin anavatanla iletişimini sağlamak dış yayıncıların belli başlı amaçları olur. Amerikan'ın Sesi Radyosu ve Moskova Radyosu'nun yanı sıra BBC Dünya Servisi, Alman Uluslararası Radyosu Deutsche Welle, bu dönemde Batı'da kilometrelerce uzağa yayın yapan kurumlar olur. Doğu'da ise dış yayıncılık alanında Çin göze çarpar. Çin Uluslararası Radyosu CRI, 1941'de kurulur ve kurulduğu günden itibaren dış yayıncılığın önemli aktörlerinden biri olur. Bugün de, aralarında Türkçenin de olduğu 65 dilde yayın yapan CRI, dış yayıncılığı en etkin kullanan radyolardan biridir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan iki kutuplu dünya düzeni, inişli çıkışlı da olsa 80'li yılların sonuna kadar devam eder. 9 Kasım 1989'da dünya siyasetinde yeni bir dönem başlar; doğu bloku çöker ve Berlin duvarı yıkılır. Uluslararası ilişkileri derinden etkileyen tüm bu olaylar teknolojinin de baş döndürücü bir hızla ilerlemeye başladığı zamana denk gelir. Dış politikada ve teknolojide eş zamanlı olarak yaşanan bu gelişmeler, bir anda dünyada küreselleşme sürecinin de önünü açan unsur olur. Teknolojik ve ideolojik olarak devletler birbirine çok daha fazla yakınlaşır.

Dünyada yaşanan bu değişimden dış yayıncılık da fazlasıyla etkilenir. Gelişen uydu ve kablo teknolojisi, ülkelerin sınır ötesine televizyon ve radyo yayını yapmasına imkan sağlar. Bu gelişme sonucunda kısa dalga artık dış yayıncılıkta tek seçenek olmaktan çıkar.

90'lı yılların ortasına gelindiğinde ise internet teknolojisinin yaygın olarak kullanılması, yeni bir dönemi daha başlatır. İnternet bilgiye ulaşmanın hızlı ve kolay aracıdır. Adına dijitalleşme diyeceğimiz bu dönemde, sınır ötesi yayın yapan radyolar da bu gelişmelerden faydalanarak yayınlarının bir bölümünü internet ortamına taşırlar.

2000'li yıllarda ise teknolojide yaşanan gelişmelerle sosyal medya, bir iletişim aracı olarak hayatımızdaki yerini alır. 2005 yılında ABD'de kurulan Youtube ile

dünyada isteyen herkes yayıncı, hatta “dış yayıncı” olabiliyor artık. 2010’lu yıllara gelindiğinde Youtube’dan video paylaşan ve adına youtuber denen bazı kişiler medya kuruluşlarıyla yarışır hale gelmiş durumda.

Kamu Diplomasinin Aracı Olarak Dış Yayıncılık

Klasik diplomasinin eksik kaldığı yerlerde devreye giren ve çok önemli işlevler üstlenen kamu diplomasisi günümüzde dış yayıncılığın belki de en önemli fonksiyonlarından biridir. İlk kez 1965 yılında Amerikalı diplomat Edmund Gullian tarafından ortaya atılan ve sonra pek çok siyaset bilimci tarafından kullanılan ve geliştirilen kamu diplomasisi kavramı 20. yüzyılın son çeyreğinden başlayarak uluslararası ilişkilerde etkin rol oynamaya başlar.

İkinci Dünya Savaşı sonrası kurulan dünya düzeninde karar vericiler bir şeyi fark eder; artık yalnızca radyo ve diğer mecralardan yapılan propaganda yayınları ile dış politikayı yönlendirmek pek mümkün değildir. Bu dönemde yurt dışına yapılan yayınların içeriği yavaş yavaş değişmeye başlar. Hedef ülkede önce bir kamuoyu yaratılmalı, ardından belirli bir strateji doğrultusunda harekete geçilmelidir. Burada devreye bir hükümetin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışması olarak tanımlayabileceğimiz “kamu diplomasisi” giriyor. Dünyada ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi adlı makalesinde Emine Akçadağ bu durumu şöyle aktarıyor: Devletlerin artık sadece diğer hükümetleri veya uluslararası örgütleri değil, yabancı kamuoylarını da hedefleyen politikalar geliştirmek zorunda oldukları bir döneme girilmiştir. Günümüz dünyasında bilgi, kültür ve iletişim diplomaside anahtar sözcükler haline gelmiştir. İletişim ve bilgi devrimleri ile yeniden yapılanan uluslararası sistemde, kamuoyları ve gündemi etkileme becerisinin önem kazanmasıyla kamu diplomasisi dış politikanın vazgeçilmez unsurlarından biri olmuştur. Bugün pek çok devlet, yabancı kamuoylarının gözünde olumlu imaj yaratmak amacıyla aktif kamu diplomasisi çalışmaları yürütmektedir (Akçadağ, 2005: 1).

Devletlerin birbirine notalar vererek iletişim kurduğu, yüksek duvarlar ardında kendilerini sakladığı, kutupların birbirini ittiği günler çok gerilerde kaldı. Yaşadığımız bu iletişim çağında herkes birbirine o kadar yakın ki. Uluslararası ilişkilerin şekillenmesinde artık siyasi liderler, diplomatlar kadar kamuoyları da etkili oluyor. Bu bağlamda, günümüzde kamu diplomasisinin gücü her geçen gün biraz daha artıyor. Kamu diplomasisinin etkin araçlarından biri olan radyonun işlevi de buna koşut olarak yeniden şekilleniyor. Öteden beri ortak çıkarlar için birlikte çalışan dış yayıncılar ve dış politikada karar vericiler artık daha fazla işbirliğine gidiyorlar.

Ülkelerin dış politikasını ve bazı olaylar karşısındaki duruşlarını dünyaya duyurdukları dış yayın unsurları ve özellikle radyo, eski görevlerine ek olarak kültürün paylaşılması, ülkelerin imajının yeniden şekillendirilmesi gibi görevleri de üstleniyor. Devletler artık uluslararası toplumu ekonomik yaptırımlar ve askeri güç kullanmadan sanatla, sporla, kültürle etkilemeye, kendi yanına çekmeye çalışıyorlar. Yani Amerikalı siyaset bilimci Joseph Nye'in deyimiyle yumuşak güç kullanıyorlar. Nye, yumuşak gücü, "bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşması" olarak tanımlıyor (Nye, 2005: 14). Bu bağlamda radyo ve diğer iletişim mecraları aracılığıyla tüm dünyaya ulaşarak çok şeyler yapılabileceği gerçeği, dış yayıncılığı çok farklı bir boyuta taşıyor.

Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan bir diğer kavram ise "dijital diplomasi" Bir ülkenin dış politika hedeflerini gerçekleştirmek ve etkin bir kamu diplomasisi uygulamak için Bilgi ve İletişim Teknolojisinin ve sosyal medya platformlarının gittikçe artan bir şekilde kullanılması şeklinde (Manor, 2017: 1) tanımlayabileceğimiz dijital diplomasi her geçen gün daha önem kazanıyor. Sosyal medya ve internet sayesinde karar vericiler artık hiçbir kuruma ihtiyaç duymadan tek başlarına tüm dünyaya yayın yapabiliyorlar. Dünyayı adeta liderlerin her sabah sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlar şekillendiriyor. Adına dijital diplomasi denen bu olgu kamu diplomasisini de farklı bir boyuta taşıyor. Sosyal medya ve yeni iletişim kanallarını kullanarak yapılan bu diplomasi türü ile devlet adamları ile toplumların etkileşimi her geçen gün daha da artıyor ve internet uluslararası ilişkilerde vazgeçilmez bir iletişim aracı haline dönüşüyor. Bu süreçte radyo da teknolojiyle uyumlu hale gelerek mobil uygulamalarla dijital medyadaki yerini almıştır.

Türkiye'de Dış Yayıncılık: TRT

Türkiye'nin Sesi Radyosu, Türkçe dahil 37 dil ve lehçede radyo, 38 dil, lehçe ve alfabede web yayını yapan TRT'nin dış yayın birimidir. Bu yayınlar kısa dalga, uydu, internet ve mobil uygulamalar ile 24 saat boyunca dinleyicilere ulaştırılır.

Ülkemizde radyo yayıncılığı 1927 yılında başlar. Mustafa Kemal Atatürk 1935 yılında TBMM'nin açılışında bir konuşma yapar ve radyonun ulusal kültür için olduğu kadar uluslararası ilişkiler bakımından da yüksek öneme sahip olduğunu belirtir. 30'lu yılların ikinci yarısı dünyada birçok politik gelişmeyi beraberinde getirirken, Türkiye'de de Hatay sorunu ön plana çıkar. Hatay'da Fransız işgalinin 9 Eylül 1936'da son bulmasıyla yönetimin Suriye'ye devredilmesi söz konusu olur. İşte bu bağlamda Türkiye'nin tezlerinin dünyaya anlatılması ve Hatay'ın ülkemize katılması sürecinde

radyo, Türk dış politikasının önemli araçlarından biri olarak etkili rol oynar. 8 Ocak 1937'de, Başbakan İsmet İnönü, Hatay sorunu üzerine bir demeç verir. Hatay ve Suriye'den dinlenebilen 15 dakikalık bu demeç, Ankara Radyosu'ndan Arapça'ya çevrilerek yayınlanır ve Türkiye'de dış yayıncılığın miladı olarak kabul edilir. Bu yayının hedef kitle üzerinde olumlu etkisi sonucunda, İstanbul Radyosu'ndan bir süre "Arapça havadisler" yayınlanmaya devam eder. Bu yayınlar o kadar ses getirir ki Hatay'da Fransız yönetimine tepkiler artar ve ibre Türkiye lehine dönmeye başlar. Arapça yayınlar, Hatay sorunu çözülene kadar devam eder.

Türkiye'de dış yayıncılık alanında ikinci önemli adım 1938'de atılır. 28 Ekim 1938'de Ankara Radyosu vericileri faaliyete geçer. 10 Kasım 1938 tarihinde bu yeni vericiler Atatürk'ün vefatını, İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Arapça ve Bulgarca olarak dünyaya duyurur ve böylece Arapça dışında diğer dillerdeki ilk dış yayın da gerçekleştirilmiş olur.

Savaş Yılları, Propaganda ve Türkiye Radyoları

İkinci Dünya Savaşı öncesinde Türkiye ve Ankara Radyoları'ndan "Türkiye Radyo-difüzyon Postaları" adı altında, aynı içerikte farklı iki dalgadan yayın yapılır.

1939 yılında İkinci Dünya Savaşı patlak verdiğinde Türkiye savaşa katılmayacağını bildirir ve tarafsızlığını ilan eder. Kısa dalgadan, dış ülkelere yönelik farklı içerikte yayınlar yapılmaya başlandığı tarih 1939'dur. "Ulusal çıkarlara uygun yayın yapmak ve Türk halkını karşıt propagandalardan korumak amacıyla, 31 Mayıs 1940'da çıkarılan bir yasayla Matbuat Umum Müdürlüğü kurulur ve Ankara Radyosu buraya bağlanır. Yayın politikası ve içerikleri Başbakanlığa bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü'nce belirlenir, haber bültenleri Anadolu Ajansı'nca hazırlanır, dış yayıncılık Yurt Dışı Yayınlar Şefliğince yürütülür." (Şenel, 2016: 38).

Türkiye'nin bu tarafsız tutumu, Türk radyolarından yayınlanan haberlerin, gerçeklere ulaşmak isteyen ülkelere güvenli bir kaynak olarak kabul edilmesini sağlar. Çünkü savaşla birlikte radyoların büyük çoğunluğu taraflı propaganda yayınlarına başlamıştır. Türkiye'nin savaş sırasındaki bu tarafsız tutumu 15 Mart 1942 yılına ait "Radyo" dergisinde Matbuat Umum Müdürü Selim Sarper tarafından şu şekilde dile getirilir:

"Neşriyatımızın gayesi şudur:

1) Memleketimize ait mesele ve hâdiseleri, günü gününe bildirerek cihan umumî efkârına doğrudan doğruya sunmak. 2) Arsiulusal mesele ve hâdiseleri tarafsız mütalaa ve tahlil etmek veya haber olarak bildirmek. ihtiyacını duyduğumuz bir davamız yoktur. „Yurtta sulh, cihanda sulh“ ana prensibimiz, dünyaca da malûm

olmuş siyasetimizdir. Neşriyatımızda Türkiye'ye ait meselelerden bahsederken, olayları bütün berraklığı ile sunarız. ...Halen yedi dille; Fransızca, İngilizce, Bulgarca, Sırp-Hırvatça, Arapça, Farsça, Urduca yaptığımız ve ekseriyetle birbirinin aynı olan -bu, önemli bir noktadır, çünkü yabancı radyolar, yabancı dillerle yaptıkları neşriyatta, hitap ettikleri her memlekete karşı, gözettikleri menfaate göre başka başka dil kullanırlar- bu neşriyat, yabancı radyolarda olduğu gibi geniş bir teşkilâtın mahsulü değildir. Esasen iç ve dış siyasetindeki açıklığı ve arsiulusal meseleler karşısındaki tarafsızlığı malûm olan memleketler için halen böyle bir teşkilâta da lüzum yoktur. Bu bakımdan neşriyatımız, Umum Müdürlüğün bu iş için de vazifelendirdiği bir müşavir arkadaş tarafından hazırlanmaktadır” (Radyo Dergisi 1942: 14).

1943-1949 yılları arasında dış politikada yaşanan gelişmelere bağlı olarak Türkiye, sesini okyanus ötesi ülkelere de duyurmaya başlar. Kore Savaşı sırasında, orada savaşıyan askerlerimize, 15 Ekim 1950 tarihinden başlayarak, savaş süresince her gün “Askerin Saati” adlı özel bir programla ulaşılır. Yeni nesil vericilerin devreye sokulmasıyla istenen bölgeye, yayınlar dağılmaya uğramadan ve dinleme kalitesi düşmeden yayın gönderilebilir.

1958 yılına gelindiğinde, ilerleyen dönemde Türk Dış Politikasının gündemini uzun yıllar boyunca işgal edecek Kıbrıs sorunu kendini hissettirmeye başlar. 4 Temmuz 1958’de her akşam yayınlanmaya başlayan “Kıbrıs Saati” programıyla radyo, dış yayıncılığın gereklerini yerine getirerek, bu yayınlarla hassas bir politika güder.

60’lı yılların başında Almanya-Türkiye İşgücü Anlaşması’yla çok sayıda işçi Almanya’ya gider. Kolay değildir insanın her şeyi arkada bırakarak, dilini, örfünü, adetini bilmediği bir yere gitmesi. Beklentiler, umutlar, korkular, hasretler, elde edilenler ve edilemeyenlerle zorlu bir süreçtir göç. İşte böyle bir zamanda Türkiye’nin Sesi Radyosu imdadına yetişir yaban ellerdeki insanımızın. 1963 yılında radyoda “Yurdun Sesi” adında özel bir program başlar. Almanya’ya giden Türk işçiler için yayınlanan ilk programdır bu. O zamana kadar “Kısa Dalga Ankara Radyosu” adıyla yapılan yayınlar 1963’ten itibaren “Türkiye’nin Sesi Radyosu” adını alır. Böylelikle, farklı bir işlev üstlenir radyo. Yurt dışındaki vatandaşları için özel olarak hazırlanan programlarla onlara sahip çıkar, ülkeleriyle bağlarını güçlü tutmalarını, buldukları ülkedeki uyum sorunlarında yol göstermeyi hedefler.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu 1 Mayıs 1964’te özel yasayla özerk tüzel bir kişiliğine sahip olarak kurulur. Aynı yıl yürürlüğe giren 359 sayılı yasayla, radyoda dış yayınlar faaliyetleri TRT bünyesinde devam eder.

Türkiye’nin Sesi Radyosu, 1974 yılında Kıbrıs’ta yine önemli bir rol üstlenir. Ada-

da uzun yıllardır devam eden siyasi kaos ve mezalim, Türk Ordusu'nun 20 Temmuz'da gerçekleştirdiği Barış Harekatı ile son bulur. Türkiye'nin Sesi Radyosu bu dönemde de yaptığı özel yayınlarla üzerine düşen görevi yerine getirir, soydaşlarımıza umut ve güven aşılar.

Bulgaristan'da 80'li yıllar boyunca soydaşlarımız asimilasyon politikalarına maruz bırakıldığında Türkiye'nin Sesi Radyosu, yine soydaşlarımızın yanında yer alır. Bu defa farklı bir misyon üstlenen radyo, hazırlanan özel programlarla Türkiye ile iletişimlerini engellenen soydaşlarımıza Türkiye'deki yakınlarının haberlerini, seslerini ulaştırır. O yasaklı günlerde, Türkiye'nin Sesi Radyosu yaptığı yayınlarla, Bulgaristan'da uygulanmakta olan asimilasyona karşı Türk tezlerini savunur, dünya kamuoyunun dikkatini bu konuya çeker.

TSR, VOT ve Memleketim FM

Bugün, TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı bünyesinde faaliyetini sürdüren TRT Türkiye'nin Sesi Radyosu, dış yayıncılık alanında dünyanın sayılı radyoları arasında yer alıyor. Radyo, Türkçe yayınları için TSR (Türkiye'nin Sesi Radyosu) adını kullanırken kısa dalga veya internetten dinlenebilen yabancı dil yayınları için de TRT VOT (Voice of Turkey) adını kullanıyor. VOT'un 1965 yılında 14 olan yabancı dil sayısı, 2019 yılı itibarıyla 36'ya yükselmiş durumda ve dijital iletişime uyumlu mecraların yanı sıra dünyanın dört bir tarafında, uzak mesafelerdeki radyolarla bağlantı kurma istediği duyan DX club meraklılarına, QSL kartlar aracılığıyla da ulaşmaya devam ediyor.

TRT Dış Yayınlar Dairesi'nin Türkçe yayın yapan, uydudan, internetten ve kablo üzerinden dinlenebilen ikinci kanalı Memleketim FM ise 2009 yılında yayın yapmaya başlar. O tarihte adı TRT Avrupa FM olan kanal, Dışişleri Bakanlığı ile 2015 yılında yapılan protokol çerçevesinde TRT Memleketim FM adını alır.

TSR, VOT ve TRT Memleketim FM, dünyadan ve Türkiye'den haberler aktarırken, zengin içerikli programlarıyla Türk kültürünü, Türk tarihini anlatıyor. Arjantin'den bir genç radyodan Türkçe öğrenirken, İranlı görme engelli bir çocuk dünyayı Türkiye'nin Sesi Radyosu'ndan duyduğu sesle tanıyor. "Ben yayınlarınızı ve sizleri çok seviyorum. Programlarınız benim dünyaya açılan gözüm, kulağım ve evdeki can dostumdur. Gözlerim görmediğimden, sizler benim en yakın dostlarım oldunuz." diyor İran'dan e-posta ile ulaşan ve Türkiye'nin Sesi Radyosu'nun yayınlarını kısa dalgadan dinleyen Sefereli Ürekişıklı. Japonya'dan ulaşan Osamu Aikawa ise kendini Türk kültürüne yakın hissettiğini ve bu kültürü öğrenmesinde VOT yayınlarının çok önemli olduğunu dile getiriyor; "Fark ettim ki sizi dinleyerek rahatlıyorum. Türk müziği beni çok mutlu ediyor. Sizlerle biraz olsun sakinleşiyorum." (Bir Dünya Mektup, 2015: 118-120).

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak TRT Türkiye'nin Sesi Radyosu 2008 yılından bu yana web yayınları da gerçekleştiriyor. 2019 itibarıyla 38 dil, lehçe ve alfabede yapılan bu yayınlarla dünya üzerindeki çok sayıda internet kullanıcılarına ulaşıyor.

TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı'nın bugün yaptığı dış yayıncılığın amacı şu şekilde ifade ediliyor ;

“Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, radyo ve diğer medya araçları aracılığı ile Türkiye'nin görüşlerini yansıtmak ve tanıtımını yapmak, yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, soydaşları ve akraba toplulukları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ve Türk Kültürü ile bağlarının devamını sağlamak üzere yurt dışına yönelik Türkçe ve değişik dil ve lehçelerde yayın gerçekleştirmek, yurt dışındaki radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program ve müzik taleplerini karşılamak, yayın ortaklıkları oluşturmak görevlerini gerçekleştirmektedir.”

TRT Türkiye'nin Sesi Radyosu, TRT VOT ve TRT Memleketim FM bugün de farklı içerikte ve farklı ihtiyaçları gözeterek farklı mecalardan yayınlar yapmaya devam ediyor. Gün geliyor dinleyicileri ile bir deprem acısında birleşiyor, gün geliyor sınır ötesi operasyonlarda askerine destek veriyor. Yabancı dil yayınları ile yumuşak güç olmaya, Türkçe yayınlarıyla da dünyaya dağılmış dinleyicisiyle bağlarını güçlendirmeye devam ediyor.

Dış Yayıncılığın Kadim Enstrümanı Radyo: Bugünü Ve Yarını

Son 30 yılda iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler her şeyi olduğu gibi dış yayıncılığın tanımını, fonksiyonunu, iletim yöntemlerini ve tüketimini de fazlasıyla etkiledi. Bundan 40-50 yıl önce iki kutuplu dünyada kısa dalga bir radyonun başına geçer, radyonun ayar düğmesini yavaş yavaş çevirerek dünyanın farklı yerlerinden sesler yakalamaya çalışırdınız. O parazitli, bir alçalıp bir yükselen sesi duyabilmek için bir sürü zahmet çekerdiniz. Oysa şimdi neredeyse tüm radyolar -sınır ötesine yayın yapanlar da dahil- yayınlarını web üzerinden gönderiyorlar. Bilgisayarınızı açtığınızda istediğiniz radyoya ulaşmak an meselesi. Bunun için bilgisayar karşısında olmanıza da gerek yok aslında. Telefonunuza indireceğiniz basit bir uygulama ile yine interneti kullanarak dünyanın herhangi bir yerindeki radyoyu rahatlıkla dinleyebilirsiniz. Evde, işte, yolda hiç fark etmez. Dünyanın öbür ucundan yapılan yayını mükemmele yakın bir ses kalitesinde dinleyebilirsiniz.

Peki, yaşanan bu gelişmelerin ışığında radyoda dış yayıncılığın hala ilk günkü gibi kısa dalga üzerinden yapılmasına gerek var mı? Bu konu son dönemde üzerinde sıklıkla tartışılmakta. “Nasıl olsa internet var, internetten yapılan yayınlar hem

daha net, hem de maliyeti daha düşük” diyen bir grup, dış yayıncılıkta kısa dalga devrinin artık bitmek üzere olduğunu iddia ediyor. Yeni medya ve uluslararası yayıncılık konularında Avustralya’da danışmanlık yapan Steve Ahern TRT Radyo-Vizyon dergisinin 22. sayısında çıkan yazısında, “Geleceği yakalamak isteyen uluslararası yayıncılar değişimi kucaklamak zorundalar. Bunun için de iletişim araçları üzerinde geçmişe nazaran daha fazla kontrole sahip izleyicilerin var olduğu günümüz dünyasına uyumlanmak zorundalar” diyor ve ekliyor; “ Ücretsiz/şifresiz yapılan radyo yayını, uluslararası yayıncılık içeriğini yaymak için kullanılan en önemli yollardan biri olarak yerini şimdilik koruyor; ancak uzun vadede gelecek, dijital yolla aktarım ve mobil akıllı telefon alıcılarında yatıyor”(Aher, 2016: 17). Bu noktada, sayısal yayıncılıkta DAB (Digital Audio Broadcasting) ve DRM (Digital Radio Mondial) önemli iki sistem öne çıkıyor. DRM Konsorsiyumu Başkanı Ruxandra Obreja dış yayıncılığın geleceğinin DRM yayınlarında olduğunu söylüyor (Obreja, 2016: 24). En basit ifadeyle, hazırlanan yayınların dijital olarak modüle edildikten sonra kısa dalga üzerinden iletilmesi şeklinde açıklanabilecek DRM yayınlarının çok uzaklara ulaşabilmesi nedeniyle, deniz aşırı yapılan uluslararası yayıncılıkta DAB’a göre daha avantajlı görünüyor.

Şu an dünya nüfusunun yarısından fazlası internet kullanıcısı. Bu oran her yıl daha da artıyor. Özellikle gelişmiş ülkelerde neredeyse nüfusun tamamının internet erişimi var, pek çoğu bilgisayar sahibi ve akıllı telefon kullanıcısı ama dünyanın diğer bölgelerinde durum nasıl? Afrika’nın veya Asya’nın bazı bölgelerinde bırakın interneti, akıllı telefonu, okuryazarlık oranının bile çok düşük olduğu bölgeler var. Ya da internet erişiminin engellendiği, hükümetlerin ülkeyi dış dünyaya kapattığı ülkeler. İnternet üzerinden yapılan yayınlarla bu kişilere ulaşmak tabii ki imkansız. İnternetin, elektriğin hatta kimi zaman doğru dürüst yolun bile olmadığı bu uzak bölgelere ulaşabilmek için tek bir araç var; o da kısa dalga radyo yayınları. İyonosfere çıktıktan sonra yeryüzüne adeta gökyüzünden düşen toplar gibi sıçramalar yaparak yayılan kısa dalga yayınları her türlü coğrafi, kültürel, siyasi engeli aşarak dinleyicisine ulaşır. Uydu ve internetin kesildiği, elektriğin kesintiye uğradığı kriz anlarında da kısa dalga yine önemli bir rol üstlenir.

Kısa Dalga yayıncılığın devam edip etmemesi konusunda tartışmaların yaşandığı şu günlerde, uluslararası yayıncılıkta etkin olan ülkeler, frekans sayılarını azaltmak şöyle dursun, terk edilen frekanslara talip olarak kısa dalgadaki yayınlarını sürdürüyorlar. Günümüzde, dış yayıncılığa ilk başlayan devletlerden Rusya, Radyo Sputnik ile; İngiltere, BBC World Service; Fransa, RFI; Çin, CRI; ABD, VOA ile değişen teknolojiye uyumlu olarak uluslararası yayıncılık alanında hala etkin rol üstlenmeye devam ediyor. Bu bağlamda, TRT de TSR ile dış yayıncılık kulvarında kısa

dalga ve dijital iletişim unsurlarından da faydalanarak, uluslararası radyoculukta sözü geçen bir aktör olarak yayınlarını sürdürüyor. Radyonun değişen teknolojiye hızla ayak uydurmasıyla dünyada dış yayıncılıkta kısa dalga yayınlara son verilmesi ihtimali yakın bir gelecekte pek mümkün görünmüyor.

İletim yöntemi ne olursa olsun, hangi teknoloji kullanılırsa kullanılsın, hem kamu diplomasisinin bir aracı olarak, hem de yurt dışında yaşayan ülke vatandaşlarına ulaşmak, onların anavatanla bağlarını güçlendirmek adına uluslararası radyoculuk ve yerelde bağlantılar son derece stratejik ve vazgeçilemez bir yayın türüdür. Unutulmalıdır ki; bir ülkenin dış yayınlarının itibarı o ülkenin itibarıdır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Akarcalı, S. (1989). Propaganda Aracı Olarak Uluslararası Yayınlar (Örnek Olay: Türkiye'nin Sesi Radyosu (Yayınlanmış Doktora Tezi)- Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Anabilim Dalı, Ankara-sf. XVIII
- Winek, Mark D. (2009) Radio as a Tool of the State: Radio Moscow and the Early Cold War American University sf. 100
- Kuruoğlu, H. (2006) Propaganda Ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo, sf. 8
- Kounalakis, M. (2016) Air Wars, Hoover Institution Stanford University sf. 1
- Akçadağ, E. (2005) Dünya'da Ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi, <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf>
- Nye, J. (2005) Yumuşak Güç, Elips Kitap, sf. 14
- Manor, I. (2017) What is Digital Diplomacy? <https://digdipblog.com>
- Şenel, P.(Ocak 2016) Radyoda Dış Yayıncılık, Radyovizyon Dergisi, Sayı 21 sf. 38
- Radyo Dergisi 15 Mart 1942, "Radyoda Yabancı Dillerle Yaptığımız Neşriyat", C: I, Sayı: 4, s. 14.
- Bir Dünya Mektup. (2015) TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, sf 118, 120
- Aher, Steve. (Nisan 2016) Uluslararası Radyo Yayıncılığının Geleceği, Radyovizyon Dergisi, Sayı 22 sf. 17
- Obreja,Ruxandra. (Ocak 2016) Radyo Hayatta ve Durumu İyi! , Radyovizyon Dergisi, Sayı 21 sf. 24
- <http://100ansderadio.free.fr/HistoiredelaRadio/1931.html> (2019)
- http://www.bbc.co.uk/worldservice/history/story/2007/02/070123_html_1930s.shtml (2019)
- <https://www.insidevoa.com/a/2365229.html> (2019)



Radyo Çocuk Kulübü, Radyo dergisi , 1942