

JUCHE İDEOLOJİSİNİN HİZMETİNDE GELENEKSELDEN DİJİTALE KUZEY KORE MEDYASI

Erdem Güven *

ÖZET

Bu çalışmada SSCB'nin ve Demir Perde'nin yıkılmasından sonra ayakta kalan son sosyalist ülke şeklinde nitelendirilebilecek Kuzey Kore'nin öncelikli olarak, diğer sosyalist devletlerden farklı bir biçimde geliştirdiği özgün Juche ideolojisi ve bu ideolojiye bağlı olarak toplumsal kontrolün nasıl sağlandığı konularına değinilecektir. Kuzey Kore, bu toplumsal kontrol sayesinde ülke içerisine enformasyonun sızmasına engel olmaya çalıştığı ve bunu da büyük oranda başardığı gibi, ülkeyle ilgili bilgilerin dışarıya çıkışına da engel olmaktadır. Ancak, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve tüm ülkelerde yaşanan küreselleşme olgusu yöneticilerin bu çabalarını gittikçe zorlaştırmakta ve onları yavaş da olsa bir değişime zorlamaktadır. Kuzey Kore'de geleneksel medya, gerek ülkenin kurucusu Kim İl Sung döneminde, gerekse ondan sonra gelen oğlu Kim Jong İl iktidarında, Komünist Parti'ye, Juche ideolojisine, "Kim Hanedanı"na ve toplumsal kontrolde en önemli araç olagelmıştır. Dışarıdan gelen enformasyonun ülkeye girememesi, öncelikli olarak partiye ve ideolojiye bağlı gazetelerin ve radyo-televizyon gibi kitle iletişim araçlarının halkın tek enformasyon kaynağı olmasını beraberinde getirmiştir. Günümüzde ise, USB diskler ve DVD oynatıcıların ülkeye kaçak yollarla sokulmasıyla propaganda filmlerinin yerini özellikle Güney Kore ve Hollywood yapımı filmlerin, "lidere ve partiye sarsılmaz" bağlılığı aşılamanın yerini "libidinal hazları" kamçılayan müzik ve müzik videolarının alması durumu söz konusudur. Bununla beraber internet teknolojisinin gelişimi, Kuzey Kore'de her ne kadar şimdilik yaygın olmasa da, kontrollü bir biçimde bu teknolojiye geçişi de kaçınılmaz hale getirmiştir. Hali hazırda geleneksel medyanın güçlü olduğu ülkede, değişimin ayak sesleri duyulmaya başlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuzey Kore Medyası, Kuzey Kore Basını, Juche ideolojisi, Sosyalist ülkelerde medya.

NORTH KOREAN MEDIA FROM TRADITIONAL TO DIGITAL UNDER THE BANNER OF JUCHE IDEOLOGY

ABSTRACT

In this research we will try to understand the Juche ideology that was created by North Korea itself and how the social control is created under the banner of this ideology. As it is well-known, DPRK is the only country that is governed by socialism, although the other communist regimes such as USSR and the Iron Curtain have been collapsed. In order to manage the social control, North Korean regime is strictly controlling and monitoring the information flow. Nevertheless, the effect of the globalization and unpreventable developments in communication technologies, is changing the situation unavoidably. Traditional media was used effectively as a tool of social control by the

* Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi

founder of the state Kim Il Sung and his successor Kim Jong Il in order to protect the Juche ideology, the party and the "Kim dynasty" in North Korea. For many years, traditional media and party newspapers became the only source of information for the people. Nowadays, with smuggling of DVD players and USB discs, music videos that stimulates "libidinal pleasures" rather than "loyalty to the leader and the party" and Hollywood movies that shows the "American lifestyle" rather than North Korean propaganda films are distributed. Development in internet technology also, brings the "controlled" transition. Although the traditional media is strong in the country, the society is slowly changing with the effect of unavoidable information flow.

Keywords: North Korean Media, North Korean Press, Juche ideology, Media in Socialist Countries.

GİRİŞ

Bilindiği üzere Kore yarımadası, tarih boyunca Çin, Moğol, Japon ve II. Dünya Savaşı'ndan sonra Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyetler Birliği (SSCB) işgallerine uğramış ve Çin başta olmak üzere bu kültürlerden fazlasıyla etkilenmiştir (Oberdorfer ve Carlin 2014: 2-3). 1945 yılında Japonya'nın Kore yarımadası üzerindeki egemenliği sona erdikten sonra, yarımada dünyanın o dönemdeki iki süper gücü ABD ve SSCB arasındaki bir antlaşma sonucunda Komünist Kuzey Kore ve ABD güdümünde kurulan Güney Kore arasında ikiye bölünmüştür. Sovyet güçleri daha sonra bölgeden çekilmesine rağmen arkasında efsanevi bir liderin (Kim İl Sung) yönetimi altında devam eden bir Komünist rejim ve iyi eğitilmiş bir ordu bırakmışlardır (Seth 2016: 8, 11). Kuzey Kore, iki kutuplu dünya sisteminin ve Komünizmin SSCB ve diğer demir perde ülkelerindeki çöküşüne rağmen, bu ülkede geliştirilen ve Kore milliyetçiliği, mitoloji, Marksist-Leninist ideoloji, Konfüçyüsçülük ve Japonya'ya karşı verilen bağımsızlık mücadelesinin kahramanı olarak resmedilen Kim İl Sung'un şahsında "Kim Hanedanı"na bağlılığı içeren karma bir sistem olan ve "bir kişinin ya da bir ülkenin karar alırken bağımsız davranması" anlamına gelen özgün *Juche* ideolojisi sayesinde ayakta kalabilmiştir. Sistemin en hayati unsuru, Korece *Suryeong* olarak adlandırılan Lider'e sonsuz sadakattir. *Juche* ideolojisi bu yüzden aynı zamanda Kim İl Sungizm olarak da adlandırılmaktadır (French 2014: 46). Kim İl Sung, Kuzey Kore'de "Büyük Lider" ve "Kuzey Kore'nin Ebedi Başkanı" sıfatlarıyla anılmaktadır. Amerikalı siyaset bilimciler, Kuzey Kore'yi hatalı bir biçimde "uydu devlet" ya da "SSCB'nin kuklası" şeklinde tanımlamışlar ve bölgede yaşanan değişimi "sovyetleştirme" olarak adlandırmışlardır. Oysaki Kuzey Kore hükümeti ülkelere Sovyet müdahalesini sert bir biçimde eleştirmiş ve 1950'li yılların ortalarından itibaren yukarıda bahsedilen esaslara dayanan *Juche* sistemini uygulamaya koymuştur (Gwang-Oon 2007: 15,17). Özellikle 1960'lı yılların ortalarından itibaren *Juche* ideolojisiyle ülkenin kapıları Sosyalist Blok'a bile tamamen kapanmıştır. Bu gelişme ile beraber, dış ülkelere bilgi akışının durduğu Kuzey Kore'de basın yolu ile yapılan propaganda faaliyetleri hız kazanmıştır (Myers 2010: 67).

Bu çalışmada, Kore tarzı sosyalist bir sistem olan *Juche* ideolojisinin ve bu ideolojinin merkezinde yer alan dünyadaki ilk ve tek sosyalist hanedan olarak tanımlanan “Kim Hanedanı”nın Kuzey Kore’de medyayı nasıl şekillendirdiğine değinilecektir. Çalışmanın temel amacı, bugüne kadar uluslararası iletişim konusuna dair Türkçe yayınlanan herhangi bir kaynakta kendisine yer bulamamış Kuzey Kore medyasına dair genel bir bilgi vermektir. Araştırmada literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada, yalnızca konu ile ilgili yazılan tezler ve kitaplardan değil, Kuzey Kore’nin İngilizce yayın yapan web sitelerinden de faydalanılmıştır. Çalışmanın amacı, Türkiye’de uluslararası iletişim konularında yazılan makale ve kitaplarda kendisine yer bulamamış, ABD başta olmak üzere diğer ülkelerde ise iletişim bilimleri ve gazetecilik ile ilgili yazılan tezlerde 2000’li yıllardan sonra incelenmeye başlanmış Kuzey Kore medyasına ilişkin genel bir bilgi sunmaktır.

1. JUCHE İDEOLOJİSİNDE “KİM HANEDANI”NIN ÖNEMİ VE SİSTEMİ OLUŞTURAN TEMEL YAPITAŞLARI

“Ebedi Başkan” Kim İl Sung’un ölümünden sonra *Suryeong* sistemi önce oğlu Kim Jong İl, günümüzde ise torunu Kim Jong Un ile devam etmiştir (Park 2014: 5-6). Daha önce de belirtildiği gibi, diğer sosyalist devletlerden farklı olarak, Konfüçyüsçülükten beslenen bir yapıya sahip olması, Kuzey Kore’deki sistemi “Konfüçyüsçü sosyalizm” ya da “teokratik sosyalizm” haline getirmiştir. *Suryeong* sisteminin merkezinde liderin kendisi vardır. *Juche* ideolojisine göre, Güney Kore, Batılı sistemi kabul etmekle, ABD’nin ve kapitalizmin kölesi olmuştur ve bu durum Güney Kore’de “kendine yeterlilik” anlamına gelen *Juche* ideolojisinin karşıtı olan “bir başka devletin kölesi olma durumunu” yani *Sadaejuii*’yi beraberinde getirmiştir (Adıbelli 2016: 198).

Juche ideolojisinin temel aldığı *Suryeong* sistemini meşru kılmak adına kullanılan en temel argüman kadim mitlerdir. Konfüçyüsçülük ile beraber ideolojinin meşrulaştırılması amacıyla kullanılan Kore yaratılış destanı *Dangun Wanggeom*, aynı zamanda Kore milliyetçiliğinin de temel taşlarından. Destana göre, Kore milletinin efsanevi atası olan *Dangun Wanggeom*, insan bir prenses ve Tanrı *Kwon-ung*’un oğlu olarak kutsal *Baekdu Dağı*’nda dünyaya gelmiştir. Gerçekte Sovyetler Birliği’nde doğmuş olan Kim Jong İl’in de tıpkı efsanevi ata *Dangun Wanggeom* gibi kutsal *Baekdu Dağı*’nda bir gökkuşağının altında doğduğuna dair propaganda yapılarak, Kim Hanedanı bu efsanevi yarı-tanrı ile özdeşleştirilmiştir. Kim Jong İl bu tanrısal özelliklerinden dolayı, “Ebeveyn Lider” (*oboi suryeong*) olarak nitelendirilmekte ve “annelik yönü” ön plana çıkarılan “hermafrodit bir figür” olarak resmedilmektedir (Myers 2010: 38). Konfüçyüsçü bakış açısıyla bu efsane, “Cennetin krallığına sahip kadiri mutlak lider kültürünü” meşru kılmaktadır (French 2014: 74).



Resim 1- “Propaganda afişi: Ebeveynin şefkati”: Kim Jong İl, Kuzey Kore askerini anne/baba şefkatiyle göğsüne bastırıyor.

Byman ve Lind (2010: 46-47) müstebit yönetimlerin, kısıtlayıcı sosyal politikalar, güç kullanımı, yabancı devletlerin “düşman” ve “öteki” olarak takdim edilmesi, gerektiğinde askeri gücün kullanılması, fikirlerin ve enformasyonun manipülasyonu gibi yollar vasıtasıyla kendilerini meşru kıldıklarını belirtmektedirler. Zaten Max Weber’in de ortaya koyduğu gibi, iktidar kendisini meşru kılmaya ihtiyaç duyar. İktidarda kalmak için bir ideoloji üretmek, bir hikaye yaratmak, rejime ve dolayısıyla lidere meşruiyet kazandırmanın en önemli yoludur. Karizmatik liderlik ve milliyetçiliğin kullanılması gibi unsurlar da bu hikayeyi destekleyen unsurlar olarak görülmektedir. Ancak, rejimin bu meşruiyeti sağlamak için öncelikli olarak enformasyon alanını sıkı bir biçimde kontrolü altında tutması şarttır. Kuzey Kore’ye bakıldığında, rejimin daha önce bahsedilen Kore milliyetçiliği, ırksal saflık, Konfüçyüsçülük, sosyalizm, emperyalizme karşı mücadele ve mitolojiyi yoğun bir biçimde kullandığını görmekteyiz. Bu fikir ve kanaatler, halka eğitim (ders kitapları), anıtlar, stadyumlarda yapılan törenler, marşlar ve sanatsal faaliyetler yoluyla ve en az bu sayılanlar kadar önemli olan bir faktör - devlet kontrolündeki medya- kullanılarak ekilmektedir (Byman ve Lind 2010: 51-52).

2. KUZEY KORE'DE DEVLET KONTROLÜNDEKİ MEDYANIN YAPISI

Kuzey Kore'de devlet kontrolündeki medyadan bahsettiğimizde, gelenekselden dijitalle doğru bir sıralama yapmak suretiyle, ülkede hala çok önemli bir yeri olan *propaganda posterleri*; genellikle *Juche* ideolojisini ve bu ideolojiden hareketle, Kore Komünist Partisi ve "Kim Hanedanı" övgüsü içeren kitapların basıldığı *basımevleri* önem arz etmektedir.

Bununla beraber, ülke içindeki haber akışını sağlayan *haber ajansları*; bağımsızlık sürecinde en önemli kitle iletişim aracı olarak görülebilecek *gazeteler*, Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Kore'den yapılan propaganda yayınlarına karşı kullanılan *radyolar*; eğlence yoluyla enformasyon sağlama aracı olarak kullanılan *televizyonlar* ve son olarak çağcıl bir iletişim teknolojisi olan *internet* gibi kitle iletişim araçlarının ayrı ayrı incelenmesi gerekmektedir.

2.1. Propaganda Posterleri

Bilindiği üzere propaganda, bir rejimin amaçlarını gerçekleştirmek için, kamuoyunu şekillendirmek ve davranışlarını etkilemek amacıyla sıklıkla kullandıkları bir metottur. Bu metot sadece Hitler ve Stalin'in ülkelerinde değil, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere gibi demokratik ülkelerde de kullanılmış ve kullanılmaya devam etmiştir (Mahaney 2002: 41). Propaganda amacıyla kullanılan en önemli yöntemlerden biri propaganda posterleridir. Propaganda posterleri iki dünya savaşında da bir numaralı siyasal iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Birçok araştırmacı, 1917 Rus Devrimi'nde basılı grafik araçlarının yani posterlerin devrimin başarıya ulaşmasında başat bir rol oynadığını ve sonrasında Komünist iktidarın konsolidasyonunda çok önemli bir unsur olduğunu kabul etmektedir. Ancak, radyo ve televizyon gibi görsel-işitsel medya unsurlarının ortaya çıkışıyla, posterlerin etkinliği azalmış gibi görünmektedir (Yanker 1970: 218).

Propaganda posterlerinin dört temel özelliği mevcuttur. İlk olarak bir "vatanseverlik mesajı" taşımalıdır. Kadın ve erkekleri cesur, güçlü ve gururlu göstermelidir. Giyilen gömleklerin manşetlerinin kıvrık olması (her an bir mücadeleye hazır olma hali), mavi, kırmızı ve beyaz gibi vurucu renklerin seçilmesi şeklinde temel unsurları barındırır. İkinci olarak, "duygusal bir mesaj" vermelidir. Savaştan hiç dönmeyecek sahibini sabır ve vefayla bekleyen bir köpek, savaştan dönen askeri karşılamaya giden ailesi gibi unsurlar kullanılabilir. Üçüncü olarak bazı propaganda posterleri "alaycı mesajlar" verir. Aptal görünümlü düşman askerleri, korkudan afallamış düşman ülke halkları gibi öğeler bu mesajların arasında sayılabilir. Son olarak "negatif mesajlar" veren posterler vardır. Bunlara örnek olarak, mücadele bırakıldığında yıkılan bir ülke, nükleer bir felaketin sonuçları gibi öğeleri gösterebiliriz (Mahaney 2002: 41). Bu tarz posterler, korku ile güdüleme ve rejime bağlılığı bu yolla sağlama amacını gütmektedirler.

Tatiana Gabroussenko'ya (2008: 36-37) göre, Kuzey Kore'deki propaganda faaliyetleri 1990'lı yılların ortalarından itibaren "parti, vatan, lider ve Juche ideolojisi için canından fedakârlık" temasını izlemiş ve *Konan ui Haenggun* (Zorluklara Doğru Yürüyüş) ve *Son'gun Chongch'i* (Önce Ordu) gibi iki motivasyon aracıyla işlevsel kılınmıştır.

Kuzey Kore'de devlet, bugün bile posterlerin kitleleri etkileme gücünden faydalanmaktadır.



Resim 2- Propaganda afişi: "Başkan Kim İl Sung'un amaçları doğrultusunda müreffeh bir ülke inşa edelim" (Kaynak: <http://www.naenara.com.kp/en/gallery/index.php?year=2008>)



Resim 3 – Propaganda afişi: "Tüm orduyu, liderini ölümüne koruyan canlı bombalar gibi hazırlayalım" (Kaynak: <http://www.naenara.com.kp/en/gallery/index.php?year=2008>)



Resim 4 – Propaganda Afişi: “Haydi dünyaya bağımsız itibarımızı ve *Juche*’nin nükleer gücünün yüceliğini gösterelim” (Kaynak: <http://www.naenara.com.kp/en/gallery/index.php?year=2017>)

Örneklerde de açıkça görülebileceği üzere propaganda afişleri “lidere ve partiye sonsuz bağlılık”, son dönemde gündemde olan “nükleer gücün her an *Juche* ideolojisinin korunması” için kullanılabilmesi vurgusu ve *songun* (önce ordu) fikrinin zihinlere kazınması gibi amaçlarla yoğun ve canlı bir biçimde kullanılmaktadır.

2.2. Basımevleri

Kuzey Kore’de kitap ve gazete basımı devlet tekelindedir. Ülkede belirli alanlarda uzmanlaşmış basımevleri mevcuttur. Bu basımevlerini şöyle sıralanabilir: Kore İşçi Partisi Basımevi, Kumsong Gençlik Basımevi, İngilizce yayınlanan *Pyongyang Times* gazetesi başta olmak üzere, yurtdışında propaganda malzemesi olarak kullanılacak kitapları ve broşürleri basan Yabancı Diller Basımevi, Bilim ve Ansiklopedi Basımevi, Sanat ve Edebiyat Basımevi, Eğitim Kitapları Basımevi. Bu basımevlerinin yanı sıra, Kuzey Kore’deki üniversitelerin kendilerine ait basımevleri de mevcuttur (Sim 2017: 69-70).

2.3. Haber Ajansları

Bilindiği üzere haber ajansları, kitle iletişim araçlarının en önemli haber kaynakları arasında birinci sıradadır. Aynı zamanda tek taraflı haber akışının da simgesi olarak görülen uluslararası haber ajansları, sıklıkla “medya emperyalizmi” kavramıyla birlikte anılmaktadırlar. Özellikle, zengin ve güçlü Batılı ülkelerin yani

ABD, İngiltere ve kısmen Fransa'nın haber ajanslarının agresif bir büyüme gerçekleştirdikleri ve daha az müreffeh olan uluslardan hem kar elde ettikleri, hem de onlara kendi dünya görüşlerini empoze ettikleri yönündeki tartışmalar devam etmektedir (Allen 2016: 747). Batılı uluslararası haber ajanslarının dünya haber trafiğinin ortalama yüzde 80'ini yönettikleri ve gerektiğinde yani bağlı oldukları ülkelerin politik çıkarına ters düştüğünde, haberde objektiflik kuralını göz ardı edebildikleri su götürmez bir vakıadır (Rigel 1995: 84). Bu konuda başı çeken en önemli haber ajansı Amerikan *Associated Press* ile ilgili olarak Mark Twain, henüz 1906 tarihinde *Associated Press*'in "güneşle birlikte dünyanın her köşesini aydınlatan iki güçten biri" olduğunu belirtmiştir (Girgin 2002: 193). Bu söz aynı zamanda haber dağıtımında Amerikan hegemonyasının da itirafı niteliğindedir. Atilla Girgin'in (194) *Le Monde* Gazetesinin muhabiri Claude Julien'den aktardığı gibi, "*Associated Press*, Amerikan İmparatorluğu'nun en güçlü silahı haline gelmiş ve dünya nüfusunun 1/3'ünden fazlasına ulaşan haberlerin ana kaynağı" olmuştur. Propaganda silahı olarak da nitelenebilecek böylesi oluşumlara karşı durmak için, Girgin'in tabiriyle "kendi değerlerini savunmak ve yaymak isteyen birçok devlet... haber ajanslarının kuruluşlarının temel amacı olan "ticari amaçla haber değişimi" ilkesini ikinci plana iterek haber ajansları kurmuşlardır" (Girgin 2002: 231).

Kuzey Kore'nin resmi haber ajansı *Korean Central News Agency* (Kore Merkezi Haber Ajansı) Atilla Girgin'in yukarıda belirttiği amaçlar doğrultusunda, aslında Kore İşçi Partisi ve hükümetin sesi olarak görev yapmaktadır. Kuzey Kore'deki tüm gazetelerin ana haber sağlayıcısı konumunda olan bu ajans, 1947 yılının Şubat ayında "Kuzey Kore'den Haberler" adıyla kurulmuş, 1948 yılında Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti'nin ilanı ile birlikte bugünkü adını almıştır. Misyonunu "tüm toplumu Kimilsungizm ve Kimjongilizm ideolojileriyle modellemek ve yeni bağımsız bir dünya inşa etmek" (Sim 2017: 71-72) şeklinde ortaya koyan ajans, 1 Ocak 2011 yılından itibaren Korece, İngilizce, İspanyolca ve Japonca yayın yapan bir internet sitesi (www.kcna.kp) de kurmuştur (www.northkoreatech.org). Ana enformasyon kaynaklarını, yabancı ülke gazeteleri ve yine bu ülkelerin dışişleri bakanlıklarının yayınladıkları dosyalar oluşturmaktadır (Sim 2017: 72). Kore Merkezi Haber Ajansı, ülkenin tek haber ajansıdır. Çin'in Xinhua ve Rusya'nın ITAR-TASS haber ajansları başta olmak üzere 46 haber ajansı ile anlaşmalar yapmıştır. Yine Rusya ve Çin başta olmak üzere çeşitli ülkelerde büroları mevcuttur. 1964 yılında ajansı ziyaret eden Kim Jong İl, kurumun görevini açık bir ifadeyle belirtmiştir: "Dünyanın her bölgesinde Lider Kim İl Sung'un devrimci ideolojisinin propagandasını yapmak" (ipfs.io).



Resim 5- Kore Merkezi Haber Ajansı'nın İngilizce web sayfası.

2.4. Gazeteler

Kuzey Kore Anayasasının 67. Maddesi "tüm Kore vatandaşlarının ifade, basın, toplanma, gösteri ve dernekleşme" haklarını garanti altına almaktadır. Ancak yine Anayasanın 63. Maddesi "Demokratik Kore Halk Cumhuriyeti'nde yaşayan vatandaşların hak ve sorumlulukları kolektivist prensibe dayanır: Hepimiz birimiz, birimiz hepimiz için" hükmünü içermektedir (www.naenara.com.kp). Buna benzer bir durum 1936 SSCB Anayasasının 125. Maddesinde de mevcuttur. Bu madde de tıpkı Kuzey Kore Anayasasında olduğu gibi "basın ve ifade özgürlüğünün varlığından" bahseder ancak "Sosyalist sistemi kuvvetlendirmek için" ibaresini de koyar (constituii.files.wordpress.com).

Zaten "Basının Dört Teorisi"nden biri olan *Sovyet-Komünist Teori*'nin şiar edindiği temel düsturlar Marksist-Leninist ideolojiden beslenmiş ve özellikle Lenin'in basına ilişkin düşüncelerinden etkilenmiştir. Lenin'e göre basın özgürlüğü denen şey "aldatıcı bir slogandan" ibarettir. Ona göre burjuva toplumlarında basın özgürlüğü sadece zenginlerin kullanabildiği bir haktır çünkü üretim araçları onların elindedir ve onlar basını kamuoyunu şekillendirmek ve kitleleri sistematik bir biçimde uyutmak amacıyla kullanmaktadırlar. Lenin, partinin güdümündeki basının "kolektif", propagandist, kışkırtıcı ve organize edici olması gerektiğini belirtir (Resis 1977: 278,280). Bu yüzden basın, kapitalist köle düzeninden kurtarılmalıdır ve bunun yegâne yolu, basının halkın iyiliği için Komünist sistem ve partinin "propaganda aracı" olmasıdır.

Neredeyse bütün Sosyalist ülkelerde basın, SSCB'deki bu sistemi model almıştır. Tüm "halk demokrasilerinde", yüksek tirajlı bir parti gazetesi mevcuttu. SSCB'de bu gazete *Pravda* iken, Polonya'da *Trybuna Ludu*, Çekoslovakya'da *Rudé Pravo*,

Macaristan'da *Szabad Nep*, Romanya'da *Scanteia*, Bulgaristan'da *Rabotnitchesko Delo* ve Arnavutluk'ta *Zeri i Populit* isimli gazeteler Komünist Partilerin yayın organı olarak faaliyet göstermekteydiler ve ülkelerinin en yüksek tirajlı gazetele-riydiler. Bu gazetelerin ortak amacı "sosyalizm mücadelesinde ve kitlelerin eği- timinde bir enstrüman olmak" (F.F 1953: 259). Mark Jaryc'e (1933: 531) göre SSCB'de basılan gazetelerin tamamı devletin, dolayısıyla Komünist Parti'nin elindeydi. SSCB'de çok sayıda gazete olmasına rağmen, bunların hiçbirinin yayın politikası öngörülemez değildi ve hiçbir şekilde "kendine has bir özellikleri yoktu. Hepsi tek bir prototipin kopyası gibiydiler".

Kuzey Kore'ye baktığımızda diğer Sosyalist ülkelerdeki basına benzer bir yapı- lanmanın var olduğunu ve sistemin bugün dahi devam ettiğini görmekteyiz. Ülkenin en önemli ve en yüksek tirajlı gazetesi *Rodong Sinmun*'dur (İşçi Gazetesi). *Rodong Sinmun*, başkent Pyongyang'da 1 Kasım 1945 yılında *Jungro* adı altında kurulmuştur. Gazetenin amacı, "Juche ideolojisinin devrimci yolunu gelecek ne- sillere aktarmak, Juche fikri ve bu fikrin basın teorisine uygun olarak yayın yap- mak ve Japonya'ya karşı verilen kurtuluş mücadelesi döneminde Kim İl Sung tarafından kurulan devrimci gazetelerin yolunda gitmek" olarak belirtilmiştir (Sim 2017: 70). Kore Komünist Partisi'nin resmi yayın organı şeklinde nitelendirilebilecek olan *Rodong Sinmun*, yakın zamanda farklı dillerde yayın yapan bir in- ternet sitesi de kurmuştur (<http://www.rodong.rep.kp/en/>). Gazetenin internette yayınlanmaya başlaması *South Korea Times* Gazetesi'nde yayınlanan bir makalede belirtildiği gibi, "Kuzey'in sesini sınırlarının dışına duyurma" isteğiyle açıklana- bilir (<http://archives.cjr.org/>). Kore Gazeteciler Birliği Başkanı aynı zamanda *Rodong Sinmun* gazetesinin de editörü konumundadır.



Resim 6- Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti'nin ve Kore Komünist Partisi'nin Resmi Yayın Organı *Rodong Sinmun* Gazetesinin Korece yayınlanan bir nüshası: Kim Jong Un tören kıtasını selamlıyor.

Sosyalist ülkelerin basın düzeninde görülen bir diğer karakteristik özellik, Komünist Parti'nin ana yayın organı ya da ülke basınının amiral gemisi olarak kabul edilen gazetenin (örneğin SSCB'de *Pravda* ya da Kuzey Kore'de *Rodong Sinmun*) farklı gruplara yayın yapan "tematik" gazetelerle desteklenmesidir. Sosyalist ülkelerde yalnızca çiftçilere, işçilere, gençlere, ordu mensuplarına ya da kooperatif üyelerine yönelik gazeteler mevcuttur. SSCB'de köylülere hitap eden *Krestyanskaya Gazeta*, gençlere hitap eden *Komsomolskaya Pravda* ya da ordu mensuplarına yönelik yayın yapan *Krasnaya Zvezda* gazeteleri bunlara örnek teşkil etmektedir (Jaryc 1933: 531).

Kuzey Kore'de de buna benzer bir yapılanma mevcuttur. Partiden sonra gelen en önemli kurum hükümettir ve *Minju Choson* (Demokratik Kore) hükümetin sesi olarak görev yapmaktadır. Gazete, Haziran 1946 yılında Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti kabinesinin yayın organı olarak kurulmuştur. Gazetenin amacı, Kimilsungizm-Kimjongilizm düşüncesinin memurlar ve işçiler arasında yayılmasını sağlamaktır (Sim 2017: 71). Gazete ilk olarak *Pyongyang Ilbo* (Pyongyang Gazetesi) adıyla yayınlanmıştır. Ülkenin bir diğer önemli gazetesi *Chongyon Jonui* ya da diğer adıyla *Rodong Chongnyon* (Gençlik Gazetesi), Kimilsungist-Kimjongilist Gençlik Örgütü'nün Merkez Komitesi'nin yayın organıdır. Bu gazete de 1946 yılının Nisan ayında *Chongnyon* (Gençlik) ismiyle yayın hayatına başlamıştır (Sim 2017: 71). Son olarak *Joson Inmingun* Gazetesi ordunun gazetesi olarak yayın hayatına devam etmektedir.

Tüm bu gazetelerin yanı sıra, 1945 yılında yayınlanmaya başlanan *Pyongnam*, *Hamnam*, *Hambuk*, *Kangwon*, *Hwangnam*, *Hwangbuk*; 1949 yılından itibaren yayınlanan *Jakang*; 1952 yılında çıkan *Kaesong* ve 1955 yılından itibaren basılan *Langkang* gazeteleri Kuzey Kore'nin yerel/bölgesel gazeteleridir (Song 2005: 51).

2.5. Radyolar

Bilindiği üzere radyo yayıncılığı özellikle II. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemlerinde kullanılan en etkili "kitle ikna silahı" yani "propaganda aracı" olagelmiştir. Devletler, kendilerinden farklı rejimler altında yaşayan ülke vatandaşlarına radyo yayınları yoluyla ulaşmaya çalışmışlar ve bu propaganda çalışmalarında çoğu zaman başarılı olmuşlardır.

1920-1940 yılları arası "radyonun altın çağı" olarak adlandırılmaktadır. Örneğin ABD'de II. Dünya Savaşı esnasında radyo, birincil önemi haiz kitle iletişim aracıydı çünkü Amerikalıların %90'ının evinde en az bir radyo cihazı vardı. Bununla beraber o dönemde ortalama bir Amerikan ailesi üç ya da dört saatini bu cihazın başında geçirmekteydi. Hatta kavramı Benedict Anderson'dan ödünç alan Michele Hilmes, "özellikle 1920'lerin başı ile 1940'ların sonu arasındaki dönemde radyonun "hayali cemaatler" oluşturmak konusunda çok önemli bir yeri olduğunu" belirtmektedir (Horten 2003: 2-3). II. Dünya Savaşı döneminde radyo ABD tarafından öncelikle iç kamuoyunu ikna etmek amacıyla kullanılmıştır.

Archibald Mac Leish, 19 Mart 1942 tarihinde yaptığı bir konuşmasında, “bu savaşın asıl cephesinin Güney Pasifik, Ortadoğu ya da Rus stepleri değil, Amerikan kamuoyu olduğunu” belirtmektedir (Horten 2003: 52).

II. Dünya Savaşı esnasında ve öncesindeki iktidarı perçinleme sürecinde Almanya’da Hitler ve Naziler de radyoyu resmi propagandanın en temel aracı olarak başarıyla kullanmışlardır. Metin Kasım’a göre (2001: 70), Nazi hükümeti döneminde ucuz ve tek kanallı radyoların üretilip umuma açık yerlerde halka zorunlu olarak dinletilmekteydi ve radyo bekçileri adı verilen kişilerin, halkın radyoyu dinleyip dinlemediklerini kontrol etmekteydiler. II. Dünya Savaşı’nda Nazi Almanyası ile ABD arasında radyo savaşları başlamış ve bu ülkeler cephede olduğu kadar propaganda arenasında da çetin bir mücadele içine girmişlerdir.

Propaganda dediğimiz şey, “gazetecinin yaymak istediği mesajdır”. Hector Borrat’a (2007) göre, bir haberin içeriğinin kalitesinin üç önemli kriteri vardır: Uluslararası kaynaklardan beslenen enformasyon, ciddiyet ve haberlerin saflığı. Ona göre, siyasi propaganda genellikle bu üç kriteri içinde barındırmayan şeydir. Bilindiği üzere propaganda, bir enformasyon süreci olduğu kadar ve hatta daha çok bir ikna sürecidir. Tabii bu durum, enformasyon akışının kontrolü, kamuoyunun belli fikirler doğrultusunda yönlendirilmesi ve doğal olarak manipülasyonu beraberinde getirmektedir (Quintero 1990: 28). “Psikolojik harp” kavramı II. Dünya Savaşı’ndan itibaren duymaya başladığımız bir kavramdır ve radyo; broşürler ve hoparlörlerle birlikte kullanılan ve manipülasyonu içeren bir “psikolojik harp” ögesi olagelmıştır. Saul Padover (1951: 152) 1951 yılında kaleme aldığı makalesinde, “radyonun savaşlar tarihinde yerini alacak, tüm dünyayı rahatlıkla dolaşabilen ve insan yapısı sınırları aşabilen yeni tür bir atom bombası” olduğunu belirtmektedir. Amerikan propagandası sadece savaşın olduğu bölgelerde değil, savaşın taşınabilmesi muhtemel bölgelerde örneğin Güney Amerika’da da etkin bir biçimde kullanılmaktaydı. Bölgedeki ABD propagandası genellikle, Amerikan yaşam tarzının yüceltilmesi, bu yaşam tarzının güvenlik ve özgürlükler konusunda yüksek standartları getireceği fikri üzerinde inşa edilmiştir. Bölgede propaganda, temelde sinema, basın ve radyo gibi üç kitle iletişim aracıyla yapılmıştır. Bu faaliyetlerdeki temel amaç, bölgede Mihver devletlerinin propaganda alanını daraltmak olmuştur (Cardenas 2009).

ABD’nin II. Dünya Savaşı’ndan itibaren kullanmaya başladığı en önemli propaganda silahı şeklinde tanımlayabileceğimiz *Voice of America* (Amerika’nın Sesi) radyosu bu duruma örnek teşkil etmektedir. Konuyla ilgili araştırmalar yapan birçok akademisyen, *Voice of America* özelinde uluslararası radyo yayınlarının haberler ve diğer programlar vasıtasıyla, kendi ülkelerinin yaşam tarzı, inançları, değerleri ve bakış açılarını kabul etmeye zorladığını belirtmektedirler. Onlara göre uluslararası radyo yayıncılığı “enformasyon ve ikna”nın bir bileşimidir. Zaten *Voice of America* özellikle Soğuk Savaş döneminde yaptığı yayınlar vasıtasıyla, Doğu Avrupa’da komünizmin yıkılmasındaki en önemli araç olmuştur. Polonya eski Cumhurbaşkanı Lech Walesa, Demir Perde’nin yıkılışının en önemli

sebebinin bu yayınlar olduğunu, bu radyo yayınlarının ülke vatandaşlarının ulaşamadığı bilgiye ulaşımı sağladığını, onlara umut verdiğini ve kitlelerde kendilerini yöneten rejime karşı birbirlerine bağlılık hissi yarattığını belirtmektedir (Zhang ve Dominick 1998: 84-85).

Radyonun bu gücü Kuzey Kore'yi bu konuda önlemler almaya zorlamaktadır. Kuzey Kore'deki radyo cihazları, sadece ülkenin radyolarına ayarlanmış bir biçimde satılmaktadır. Modifiyeli radyoların satışı ya da bir biçimde yabancı bir radyo istasyonunu dinlemek kanunen yasaklanmıştır. Ancak yine de Kore'de satılan radyo cihazlarının yerini bazı evlerde Çin'den kaçak olarak getirilen cihazlar almaya başlamıştır. Gerek Kuzey Kore gerekse Güney Kore, günümüzde hala radyoyu bir propaganda aracı olarak etkin bir biçimde kullanmaktadırlar. Kuzey Kore'nin en önemli propaganda radyosu *Choson-ui Sori* (Kore'nin Sesi) Korece başta olmak üzere, Japonca, İngilizce, Arapça, Çince, Fransızca, Rusça, Almanca ve İspanyolca yayın yapmaktadır. Bu radyonun ana haber konuları "kukla" Güney Kore rejimi ve "emperyalist" ABD'nin illegal faaliyetleridir. Ancak Kuzey Kore'nin resmi ana radyo istasyonu *Choson Joongang Bangsong* (Kore Merkezi Radyosu) adındaki radyo istasyonudur (Tudor ve Pearson 2015: 155). *Choson Joongang Bangsong*, 14 Kasım 1945 yılında "Kuzey Kore'ye Dönüşe Hoş geldiniz" programı ve Kim İl Sung'un konuşmasının canlı yayınıyla başlamıştır. O dönemde radyonun ismi Pyongyang Radyo İstasyonu idi. Mayıs 1946'da Pyongyang Merkezi Radyo İstasyonu, Şubat 1948 yılında Kuzey Kore Merkezi Radyo İstasyonu olarak adlandırılan Kore Merkezi Radyosu, Kasım 1948 yılı itibariyle bugünkü ismiyle anılmaya başlanmıştır. Radyo *Vatanseverlik Şarkısı*, *General Kim Jong İl* ve *General Kim İl Sung* marşlarıyla açılmaktadır (Sim 2017: 73-74).

Baekdu Dağı bizim güzel vatanımız boyunca uzanır

Bu topraklar boyunca Generalimiz gururla selamlanır

Onun gururla liderlik ettiği halk

Güneş'in [Kim İl Sung çn.] davasını taşır o

Çok Yaşa! Çok Yaşa!

General Kim Jong İl!

Bu dünyadaki tüm çiçekler

Onun aşkını ve sıcaklığını anlatır

Masmavi Doğu ve Batı denizleri

Şarkılarında onun kahramanlıklarını anlatır

Çok Yaşa! Çok Yaşa!

General Kim Jong İl!

Kuzey Kore’de merkezi radyoların yanı sıra, *Kaesong, Sariwon, Haeju, Wonsan, Kangkae, Hyesan, Nampo, Sinyuiju, Hamhung, Chongjin* ve *Pyongsung* gibi yerel/bölgesel radyo istasyonları da bulunmaktadır. Ülkede tıpkı merkezi radyolar gibi, yerel radyolarda parti, lider ve ideoloji propagandası yapmaktadırlar (Song 2005: 55).

Kuzey Kore genellikle tek sesli bir yayıncılık anlayışına sahip olduğu için demokrasi ile yönetilen ülkelerce eleştirilmektedir. Bilindiği üzere Kuzey Kore, ABD tarafından İran ve Irak’la birlikte “şer eksenli” olarak tanımlanmış ve Bush yönetimi tarafından “haydut devlet” (*rogue state*) olarak ilan edilmiştir. SSCB’nin yıkılışından sonra kapitalist sisteme entegre olmayı reddeden Kuzey Kore’ye karşı şu anda öncelikli olarak bir “propaganda savaşı” yürütülmektedir. Bu noktada bir parantez açmamız gerekirse, Kevin Williams (1994: 191) tarafından da belirtildiği gibi, bu “propaganda savaşlarında” Batı medyasının karnesinin de pekiyi olduğu söylenemez. Özellikle savaş dönemlerinde Batılı gazeteciler de silahlı kuvvetlerle “aynı takım içinde” olmak durumunda kalmışlardır. Williams’a göre (1994: 192), böylesi dönemlerde “yetkililer tarafından zorunlu görülen ve beklenen şeyler; ülke içinde ve cephede moral yükseltmek, hareketin sebeplerini eleştirmemek ve “düşman”dan nefret edilmesini sağlamaktır. Bunlar hep devletin propaganda çalışmalarıdır”. Zaten devletlerin siyasi propaganda mesajları çoğunlukla aynı modele dayanır: (1) Bir dış düşman bulma ve fikri basitleştirme, (2) Seçilmiş temanın çarpıtılması ve abartılması, (3) Merkezi fikrin (yalan ya da gerçek) sürekli tekrarlanması ve ikincil fikirlerle desteklenmesi, (4) Geleneksel önyargıların ve mitlerin devreye sokulması, (5) Fikir birliği yaratılması ve bulaşıcı olması, (6) Genel kanaatin koşulsuz kabulü, (7) Otoritelerin güvenilir sayılması, (8) İkna edici ve sürekli tekrarlanan bir biçimde propagandanın konuşma diline sokulması (Munoz 2011: 7-8). Tüm bu metotlar gerek Kuzey Kore, gerekse ABD tarafından kitle iletişim araçları kullanılarak propagandanın olmazsa olmazları olarak uygulanmaktadır.

ABD işte böylesi bir “savaş” içinde propaganda yayınlarını *Voice of America, Radio Free Asia, Open Radio, Radio Free Chosun, North Korea Reform Radio* ve *Free North Korea Radio* gibi kanalları kullanmak suretiyle devam ettirmektedir. Bununla beraber Güney Kore’nin propaganda radyo istasyonları *Heumangeui Meari* (Umudun Sesi), *Hanminjok Bangsong* (Kore Etnik Radyosu), Kuzey Kore’ye sinyal göndermektedir (Tudor ve Pearson 2015: 156).

2.6. Televizyon

Kuzey Kore’de televizyon yayıncılığı da devlet tekelindedir. Ülkenin tek resmi televizyon haber kaynağı *Choson Chungang T’ellebijyon*’dur (Kore Merkez Televizyonu KCTV). KCTV, 1 Eylül 1953 yılında başkent Pyongyang merkezli olarak kurulmuştur. Televizyonun kuruluş çalışmalarıyla bizzat Kim İl Sung ilgilenmiştir. Resmi olarak 3 Mart 1963 yılında yayınlarına başlayan kanal, 1 Kasım 1970 tarihinde 5. Kore İşçi Partisi Kongresi’ni canlı yayınlamıştır. 1 Temmuz 1974 yı-

ında renkli yayına geçen KCTV, Tahran’da düzenlenen 7. Asya Oyunları’nı uydu vasıtasıyla vatandaşlarına ulaştırmıştır. KCTV günümüzde hafta arası 17:00 ile 23:30 arasında, hafta sonu ve resmi tatillerde 09:00 ile 00:00 arasında yayın yapmaktadır (<https://www.kfausa.org/korean-central-television/>).

KCTV’nin dünyaca ünlü ve kendine has sunumuyla dikkat çeken 74 yaşındaki spikeri Ri Chun Hee, ülkede önemli bir gelişme olduğunda ekrana “hanbok” denilen geleneksel kıyafetiyle çıkmaktadır. “Rejimin sesi” olarak görülen Ri Chun Hee, ülkenin en güvenilir spikeri ve ulusal kahramanlarından biri olarak görülmektedir. Eski Kuzey Kore üst düzey yöneticilerinden Ahn Chan İl’e göre, Hee, Kuzey Kore’nin keskin tutumunu en iyi yansıtan sestir (<http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya>). Hee’yi diğer spikerlerden farklı ve güvenilir kılan bir diğer unsur da, kurucu lider Kim İl Sung ve oğlu Kim Jong İl dönemlerinde mesleğini *Juche* ideolojisine sadakatle yapmış olmasıdır. Hee’nin sesi aynı zamanda, özlenen geçmişin, nostaljinin, daha önce bahsettiğimiz “ebeveyn figürünün” yani Kim İl Sung ve Kim Jong İl’in sesidir. Bu özellikleriyle spikerin kendisi başlı başına “bir propaganda aracı” olarak nitelendirilebilir.



Resim 7- Kore Merkezi Televizyonu’nun “resmi ve güvenilir sesi” Ri Chun Hee (Kaynak: www.haber7.com)

Kuzey Kore’de KCTV’nin haricinde *Mansoodae TV*, *Gaesaong TV* ve bir eğitim kanalı mevcuttur. Tüm bu kanallar Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti Merkezi Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komitesi’ne bağlıdır. *Mansoodae TV*, 1 Aralık 1983 tarihinde kurulmuştur. Kanalda Pyongyang halkı ve yabancılar için kültürel içerikli yayınlar yapılmaktadır. Kanal, sadece hafta sonları ve resmi tatillerde yayın yapmaktadır. Yayınlanan programlar genellikle, sanat filmleri, yabancı filmler, seyahat programları, spor ve sahne sanatları ile ilgilidir. Genellikle Rusya ve Çin menşeli filmler yayınlanmaktadır (Yonhap News Agency 2003: 420). *Gaesaong TV* ise 1973 yılında kurulmuştur ve yayınlarını Güney Kore’ye ulaştırmaya çalışan bir propaganda kanalı olarak hizmet vermektedir (Yonhap News Agency 2003: 421).

Kuzey Kore yönetimi her ne kadar kendisini ve rejimi korumaya çalışıyorsa da, özellikle Çin sınırından kaçak yollarla ülkeye sokulan DVD oynatıcılar (bunun yanı sıra DVD'ler) ve bilgisayarlara bağlanabilen USB bellekler vasıtasıyla hem Güney Kore'nin, hem ABD'nin propaganda faaliyetleri devam etmektedir. Hollywood yapımı filmler, zor da olsa Kuzey Kore izleyicisine ulaşabilmekte, bununla beraber Güney Kore menşei K-pop şarkı ve grupları dinlenebilmekte ve izlenebilmektedir. *4 minute*, *Girls Generation*, *IU*, *GFriend*, *Big Bang* ve *Apink* gibi ünlü K-pop grupları, gerek Güney Kore tarafından sınır bölgesine yerleştirilen hoparlörler vasıtasıyla, gerekse kaçak sınır ticareti yoluyla görsel/işitsel yollarla Kuzey Kore dinleyicisine ulaştırılmaktadır. "Libidinal hazzi" "Lidere olan sevgi"nin yerine koyan böylesi bir girişim, Kuzey Kore yönetimi tarafından hoş karşılanmamakta ve önemli bir tehdit unsuru olarak görülmektedir. K-pop'un standart temaları olan aşk, tutku, erotik hazların yüceltilmesi ve karşı cinse karşı duyulan istek; Kuzey Kore rejiminin geliştirmek için büyük çaba harcadığı, "çocuksu saflık", "Lidere ve partiye adanmışlık" gibi kavramları zedeleyen unsurlar olarak görülmektedir. Kuzey Kore gençliği arasında gittikçe yayılan K-pop gruplarına karşı yönetim, ülkenin ilk ve tek "kız pop grubu" *Moranbong Band*'ı kurma kararı almıştır. "Devletin resmi K-pop grubu" olarak adlandırılabilir bu Kuzey Kore üniformalı genç kızlar, Güney Kore K-pop (1) gruplarından farklı olarak "libidinal hazzi" (2) yüceltmek yerine "Lidere olan bağlılığı" vurgulayan mesajlar vermekte ve Kuzey Kore televizyonlarında yer bulmaktadırlar (Zeglen 2017: 144-145).



Resim 8- Solda Güney Kore'nin en ünlü K-pop gruplarından *Girls Generation*, Sağda Kuzey Kore'de bir devlet projesi olarak ortaya çıkan "Juche ideolojisine bağlı K-pop grubu" *Moranbong Band*.

2.7. İnternet

Manuel Castells, buhar makinesinin Endüstri Çağı'nın, mikroelektronik devrimin ise Enformasyon Çağı'nın müjdecisi olduklarını belirtmektedir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küresel kapitalizmin daha önce hiç ulaşmadığı sınırlara ulaşımını da beraberinde getirmiştir. Komünizmin çöküşü-

le beraber dünya, küresel enformasyonel kapitalizm çağına girmiştir (Castells 2008: 100). “Ağ toplumu” olarak adlandırılan böylesi bir yapı içerisinde, içinde yaşadığımız dönem, ekonomik bağımlılıkları zorunlu kılmaktadır. (Hutchins 2004: 578). Güney Kore, bu sisteme tam entegrasyon sağlamış, hatta 2012 yılında 40 milyon internet kullanıcılarına, yani %82,7 oranına ulaşmıştır. Bu oranlar, Asya kıtasının en yüksek erişim oranı olarak bilinmektedir. Bilgisayar teknolojileri ile ilgili her şey, özellikle bilgisayar oyunları Güney Kore’de neredeyse bir obsesyon haline dönüşmüştür (Warf 2015: 111). Güney Kore hükümeti, Enformasyon ve İletişim Bakanlığı bünyesinde yapılan çalışmalarla, özellikle dijital oyun geliştirme konusunda muazzam bir ilerleme göstermiş, hatta bir çok araştırmacı tarafından “küresel kapitalizmin yeni bilişim imparatorluğu” olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Binark ve Bayraktutan-Sütçü 2008: 83-84).

Güney Kore’de iletişim teknolojilerinde böylesi gelişmeler yaşanırken, Manuel Castells’in tabiriyle “ağın kara deliği” olarak tanımlayabileceğimiz Kuzey Kore’de internet teknolojisi oldukça yavaş ve ihtiyatlı bir biçimde ilerlemektedir. Buna rağmen Kuzey Kore, internetten neredeyse tamamen soyutlanmış bir biçimde yaşamaktadır. Kuzey Kore hükümeti, 1990’lı yılların ortalarından itibaren internetin “olmazsa olmaz” bir teknolojik gelişme olduğunu kabul etmek zorunda kalmış ve sıkı bir biçimde kontrol edilen enformasyon teknolojisi endüstrisini kurmaya başlamıştır. 2000 yılında, ulus çapında ve sürekli gözlem altında tutulan *Kwangmyong* (Parlak Işık) isimli bir “intranet ağı” oluşturmuştur. Kuzey Kore bu gelişim sürecini, Küba ve Çin örneklerini takip etmek suretiyle devam ettirmektedir. Bu iki modeldeki temel uğraş, yabancı yatırımcılarla iletişim kurarken, rejimin dışarıdan gelen enformasyon tarafından tahrip edilmesini engellemektir (Chen ve ark. 2010: 649-650). Çoğunlukla bilimsel gelişmeleri takip etmek için kullanılan internetin bir diğer kullanım amacı propagandadır. Sıkı bir biçimde denetim altına alınan internet, çoğunlukla parti yöneticileri, bilim adamları, mühendisler ve üniversite öğrencileri tarafından kullanılmaktadır (Chen ve ark. 2010: 650). Ülke dışına yapılan propaganda ve ülke dışından bilgi toplamak amacıyla kullanılan internet, başta İngilizce olmak üzere diğer dillerde yapılan yayınlarla gelişme göstermeye başlamıştır. Bu gelişme neticesinde, diğer ülkelerde Kuzey Kore yanlısı internet siteleri de oluşmaya başlamıştır (Song 2005: 59).

Kuzey Kore’de faaliyette olan en önemli internet sitesi, Kim Hanedanı ve parti propagandası yapan *Naenara*’dır (Benim Ülkem). *Naenara*, hükümet tarafından kurulmuş, halka açık bir internet sitesidir.

Zaman Çizelgesi ve Aşamalar	Projelerin İçeriği	Destekleyen Kuruluşlar
Birinci Aşama (Kurumsal Hazırlık) Aşamanın Süresi: 1 yıl	-İnternette yer alan içeriğin denetlenmesi ve gözlenmesi için metot oluşturma. -Filtreleme, engelleme ve internet güvenliği ve gözetimi konusunda teknoloji oluşturma.	-Parti Merkez Komitesi -Posta ve Telekomünikasyon Bakanlığı - Elektronik Endüstriler Bakanlığı - Devlet Bilim ve Teknoloji Komitesi - Dışişleri Bakanlığı - Devlet Dış Ekonomik İlişkiler Komisyonu - Kore Bilgisayar Merkezi - Bilim ve Araştırma Departmanı - Üniversiteler - İkincil Ekonomi Komisyonu - Uluslararası Uydu İstasyonu
İkinci ve Üçüncü Aşamalar (Altyapı Oluşturma) Aşamanın Süresi: 5 yıl	-Domestik işletim sistemi oluşturmak. -Güvenlik duvarları ve diğer koruma sistemlerini oluşturmak -Yüksek hızlı internet için gerekli altyapı. -Donanımı internet düzenine göre ayarlamak.	
Son Aşama (Test ve İşletim) Aşamanın Süresi: 1 yıl	-Son problemlerin çözülmesi. -İnternet bağlantısının kurumlara ve halka açılması.	

Kuzey Kore'de İnternet Altyapısının Kuruluş Aşamaları (Chen ve ark. 2010: 651)

Tablodan açıkça anlaşılacağı üzere, Kuzey Kore'de internet altyapısı devlet eliyle kurulmuş ve çoğunlukla denetim ve gözetime ilişkin yapıların oluşturulması amaçlanmıştır. Lawrence Lessig'e göre (1999: 57) internet üzerinde devlet kontrolü "mükemmel kontrol" ve "etkin kontrol" adını verdiği iki kategoride uygulanmaktadır. "Mükemmel kontrol" yöntemini uygulayan rejimler, basit bir biçimde halkın internete ulaşımını tamamen engeller ya da katı bir biçimde kontrol sağlayabileceği bir intranet sistemi oluşturur. "Etkin kontrol"de ise devlet, interneti halkın kullanımına açar ancak bazı konularda sansür uygulayarak sistemi kontrol eder. Lessig, Kuzey Kore'de rejimin ihtiyatlı bir biçimde "mükemmel kontrol"den "etkin kontrol"e geçmeye çalıştığını belirtmektedir (Lessig 1999: 57).

SONUÇ

Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti ya da bilinen adıyla Kuzey Kore, Sovyet-Komünist Teori'ye uygun bir medyanın işlevsel olduğu, bilinmeyenlerle dolu bir ülkedir. Ülkede geliştirilmiş olan *Juche* ideolojisini kendisine şiar edilmiş Kim Hanedanı tarafından yönetilen ülke, kapılarını kapitalist ekonomik sisteme ve dış dünyaya kapatmıştır. Amerika Birleşik Devletleri tarafından "haydut devlet"

olarak ilan edilen Kuzey Kore, 1990'lı yıllarda Sosyalist rejimlerin yıkılmasına rağmen; Kore milliyetçiliği, Konfüçyüsçülük, Sosyalizm ve mitolojinin karışımı bir rejim sayesinde bugüne kadar ayakta kalmıştır. Sistemin yıkılmamasının bir diğer sebebi, enformasyon akışının devlet tarafından katı bir biçimde kontrol edilmesi ve enformasyonun sadece resmi kanallar vasıtasıyla halka sunulmasıdır.

Bu çalışma, daha önce Türkiye'de uluslararası iletişim alanında değinilmemiş bir konu hakkında genel bir bilgilendirme yapmak için kaleme alınmıştır. SSCB ve Demir Perde ülkelerinde rastlanan bir medya rejiminin son halkasını teşkil eden Kuzey Kore medyasına ilişkin bu çalışmada öncelikli olarak belirtmemiz gereken husus, devletin kitle iletişim araçlarını propaganda amacıyla kullandıkları ve ülke dışından gelmesi muhtemel "zararlı neşriyatın" önüne geçmek için enformasyon akışını sıkı bir biçimde kontrol ettiği gerçeğidir. Ancak küreselleşme ve bilgiye erişimin gün geçtikçe kolaylaştığı gerçeği, Kuzey Kore yönetiminin kontrolünü zorlaştıran bir gelişme olarak görülebilir. Daha önce bu akışa karşı gösterilen katı direnç, yerini sınırlı da olsa bir uzlaşmaya bırakmıştır. Sınırlardan çeşitli yollarla geçirilen film, müzik ve yazılı materyal gibi medya ürünleri, sınırlı da olsa Kuzey Kore gençliğini etkisi altına almaya başlamıştır. Rejim bir yandan - posterler, gazeteler, radyo ve televizyon- gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını kullanmak suretiyle denetimine ve propaganda faaliyetlerine devam ederken; gençliği kaçınılmaz bir biçimde etkisi altına almaya başlayan popüler kültür ürünleriyle, "onun dilinde, fakat *Juche* ideolojisi yorumuyla cevap vermeye" çalışmaktadır.

SONNOTLAR

(1) K-Pop: Korean Pop'un kısaltılmışıdır ve Güney Kore'de ortaya çıkmıştır. İnternet sayesinde yaygınlık kazanmış ve Asya müziğinin temsilcisi olmuştur. Özellikle 2000'li yıllarda Güney Koreli K-pop yıldızı Psy'nin "Gangnam Style" şarkısı internet sayesinde dünya çapında bir fenomen haline gelmiştir.

(2) Libidinal haz (Libidinal pleasure): Freud'a göre tüm insanlarda, insanın temel dürtülerinden biri olan hazzı yöneten "libido" mevcuttur. Vücudun belirli bölgeleri güçlü "libidinal haz" noktaları olarak adlandırılır. Freud, libidinal hazla ilgili olarak sırasıyla oral, anal ve fallik aşamalar olmak üzere üç aşamadan bahsetmektedir. Libidinal hazzın ilk aşaması olan "oral aşama", insanın doğum anında emme dürtüsüyle başlamaktadır.

KAYNAKÇA

Adıbelli B (2016) Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti: Devlet, İdeoloji ve Dış Politika, IQ Kültür, Sanat, Yayıncılık, İstanbul.

Allen G (2016) Catching up with the Competition, *Journalism Studies*, 17:6, 747-762.

Binark M ve Bayraktutan-Sütçü G (2003) Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Borrat H (2007) Periodicos de calidad: primeras propuestas para una lectura critica, <http://portalcomunicacao.com/download/21.pdf>

Byman D and Lind J (2010) Pyongyang's Survival Strategy: Tools of Authoritarian Control in North Korea, *International Security*, 35:1, 44-74.

Cardenas J J M (2009) La propaganda estadounidense en la radio barranquillera durante la Segunda Guerra Mundial 1942-1945, *Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueologia deste el Caribe*, 11, <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/viewArticle/521/5120>.

Castells M (2008) Enformasyon Toplumu: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Chen C, Ko K, and Ji-Yong L (2010) North Korea's Internet Strategy and its Political Implications, *The Pacific Review*, 23:5, 649-670.

F F (1953) The Press in the Satellite Countries, *The World Today*, 9:6, 256-265.

French P (2014) North Korea: State of Paranoia, Zed Books, New York.

Gabroussenko T (2008) Calls for Self-Sacrifice in North Korean Creative Writing in the Late 1900s to 2000s, *The Journal of Korean Studies*, 13:1, 29-56.

Girgin A (2002) Uluslararası İletişim, Haber Ajansları ve AA, Der Yayınları, İstanbul.

Gwang-Oon K (2007) The Making of the North Korean State, *The Journal of Korean Studies*, 12:1, 15-42.

Horten G (2003) Radio Goes to War: The Cultural Politics of Propaganda during World War II, University of California Press, Los Angeles.

Hutchins B (2004) Castells, Regional News Media and the Information Age, *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 18:4, 577-590.

Jaryc M (1933) The Press in Soviet Russia, *The Slavonic and East European Review*, 11:33, 530-542.

Kasım M (2001) Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo, *Selçuk İletişim*, 6:4, 64-75.

Lessig L (1999) Code and Other Laws of Cyberspace, Basic Books, New York.

Mahaney D C (2002) Propaganda Posters, *OAH Magazine of History*, 16:3, 41-46.

Munoz A S (2011) La Propaganda en la Guerra Civil: El Uso de la Radio y el Cine, *Yüksek Lisans Tezi*, Universidad de Almeria, Almeria.

Myers B R (2010) The Cleanest Race: How North Koreans See Themselves and Why It Matters, Melville House Publishing, New York.

Oberdorfer D and Carlin R (2014) *The Two Koreas: A Contemporary History*, Basic Books, New York.

Quintero A P (1990) *Historia de la Propaganda*, Eudema, Madrid.

Padover S K (1951) *Psychological Warfare and Foreign Policy*, *The American Scholar*, 20:2, 151-161.

Resis A (1977) *Lenin on Freedom of the Press*, *The Russian Review*, 36:3, 274-296.

Rigel N (1995) *Haber, Çocuk ve Şiddet: Üretim, Kitle İletişim ve Tüketim Sürecinde Haberin İncelenmesi*, Der Yayınevi, İstanbul.

Seth S (2016) *Key Figures of The Korean War*, Rosen Publishing, New York.

Sim O H (2017) *Understanding Korea (Culture)*, Foreign Languages Publishing House, Pyongyang.

Song W (2005) *The Changed, the Unchanged, and the Implications: A Historical Examination of Mass Media in North Korea since 1945*, Yüksek Lisans Tezi, University of New York at Buffalo, New York.

Tudor D and Pearson J (2015) *North Korea Confidential: Private Markets, Fashion Trends, Prison Camps, Dissenters and Defectors*, Tuttle Publishing, Tokyo.

Warf B (2015) *The Hermit Kingdom in Cyberspace: Unveiling the North Korean Internet*, *Information, Communication, Society*, 18:1, 109-120.

Williams K (1994) *Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar*, A Belsey ve R Chadwick (Der), *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Nurçay Türkoğlu (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 188-208.

Yanker G (1970) *The Political Poster: A Worldwide Phenomenon*, *World Affairs*, 133:3, 215-223.

Yonhap News Agency (2003) *North Korea Handbook*, M.E. Sharpe, New York.

Zeglen D (2017) *Rockin' in the unfree World: North Korea's Moranbong Band and the Celebrity Dictator*, *Celebrity Studies*, 8:1, 142-150.

Zhang L and Dominick J R (1998) *Penetrating the Great Wall: The ideological impact of Voice of America newscasts on young Chinese intellectuals of the 1980s*, *Journal of Radio Studies*, 5:1, 82-101.

BBC Türkçe, *Kuzey Kore'nin nükleer duyurularını yapan pembeli spiker kim?*, <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41159414>, erişim tarihi: 21.11.2017.

North Korea Tech, <http://www.northkoreatech.org/the-north-korean-website-list/korean-central-news-agency/>, erişim tarihi: 17.11.2017.

Socialist Constitution, <http://www.naenara.com.kp/en/politics/?rule+6>, erişim tarihi: 17.11.2017.

SSCB Anayasası, constituii.files.wordpress.com, erişim tarihi: 17.11.2017.

North Korean Newspaper Goes English on Web, Columbia Journalism Review, http://archives.cjr.org/the_kicker/north_korean_newspaper_goes_en.php, erişim tarihi: 18.11.2017.