

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
ORTADOĞU VE İSLAM ÜLKELERİ ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ-ANTROPOLOJİ ANABİLİM DALI

ÖZEL TELEVİZYONLARIN
(ULUSAL KANALLARIN)
KÜLTÜR POLİTİKALARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

ORHAN OĞUZ GÜRBÜZ

İSTANBUL - 1998

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
ORTADOĞU VE İSLAM ÜLKELERİ ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ-ANTROPOLOJİ ANABİLİM DALI

ÖZEL TELEVİZYONLARIN
(ULUSAL KANALLARIN)
KÜLTÜR POLİTİKALARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

ORHAN OĞUZ GÜRBÜZ

TEZ DANIŞMANI
ALİ COŞKUN

İSTANBUL - 1998

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ

6

GİRİŞ

A-ARAŞTIRMANIN KONUSU

B-ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

C-ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

D-ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

E- TEMEL KAVRAMLAR

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜRÜN TEMEL AYIRIMLARI

I- KÜLTÜR

A-KÜLTÜR NEDİR?

10

B-KÜLTÜR MEDENİYET AYIRIMI

11

II- KÜLTÜR ÇEŞİTLERİ

12

A-MİLLİ KÜLTÜR

12

B-EVRENSEL KÜLTÜR

14

C-EVRENSEL KÜLTÜR-MİLLİ KÜLTÜR İLİŞKİSİ

14

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYONUN ANALİZİ

15

I- TELEVİZYON ANATOMİSİNİN ANALİZİ

15

A-TELEVİZYONUN DOĞASI

16

B-TELEVİZYONU ANLAMAK

16

II- TELEVİZYON VE EVRENİ

17

A-KURGUSAL DÜNYASI

17

B-ANLATIM DİLİ

17

C-TELEVİZYONUN ANLAM DÜNYASI

18

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	20
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ	
İ- KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI	
A- KİTLE İLETİŞİMİN DOĞASI	
B- KİTLE İLETİŞİMİNİN ETKİSİ	21
C- KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SOSYOLOJİSİ	22
II-KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜ İLİŞKİLERİ	
KİTLE TOPLUMU	
A-KİTLE KÜLTÜRÜ	24
B-KİTLE KÜLTÜRÜ İLE GELEN ZEVKSİZLİK	26
C-KİTLE İNSANININ YÖNELİMLERİ	27
II- KİTLE KÜLTÜRÜ-TOPLUMSAL DEĞİŞİM VE TV	27
A-KÜLTÜREL DEĞİŞİM	27
B-KÜLTÜREL KİRLENME	28
C-KİTLE KÜLTÜRÜ TÜKETİMİ VE TV	29
D-KİTLE KÜLTÜRÜ YAYIMI VE TV	29
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	30
DÜNYA VE TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONLAR	
İ- MEDYANIN TARİHÇESİ	
A-DÜNYADA ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI	
1- İNGİLTERE	30
2- FRANSA	32
3- İTALYA	33
4- AMERİKA	34
5- ALMANYA	35
II- TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONCULUĞUN GELİŞİMİ	36
A-DEVLET TEKELİ	36
1- ÖZEL TELEVİZYON KANALLARININ ARTMASI	36
2- ÖZEL TELEVİZYONLARIN DENETİMİ	37
3- AVRUPA SINIR ÖTESİ YAYIN SÖZLEŞMESİ	37
4- RADYO VE TV YASASININ KABULU	38

B-TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYONLAR	38
1- MAGIC BOX- STAR 1	38
2- TELEON	39
3- SHOW TV	39
4- CINE 5	41
5- ATV	41
6- KANAL D	42
7- KANAL 6	42
8- HBB	43
BEŞİNCİ BÖLÜM	45
TÜRK TELEVİZYONLARINDA KÜLTÜR YAYINCILIĞI	
I- TELEVİZYON YAYINCILIĞI VE KÜLTÜR	45
A-TELEVİZYON VE KÜLTÜR	45
B-KÜLTÜR PROGRAMLARI VE KANAL POLİTİKALARI	46
1- KANAL E	46
2- SAMANYOLU TV	49
3- HBB	51
4- NTV	55
5- ATV	56
II- KÜLTÜR PROGRAMLARI VE KARŞILAŞTIRILMASI	59
A-FORMATI AÇISINDAN	59
1- YAYIN SÜRELERİ	59
2- YAYIN SAATLERİ	60
3- VERİMLİLİK	61
B-TOPLUMSAL TALEP	61
HUKUKSAL DURUM	63
SONUÇ	64
EKLER	65
KAYNAKÇA	71

ÖNSÖZ

Türkiye tüm dünyada olduğu gibi bugün "Bilgi Toplumu" kavramının etrafında odaklaşıyor. Bu topluma geçişin en önemli araçlarından biri de şüphesiz televizyondur. Türkiye'de televizyonun sosyolojik boyutları üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışmalar daha ziyade çeviri eserleri ve onun türevleri oluşturmaktadır.

Ülkemizdeki özel televizyonlar ile başlayan kültür politikalarının belirsizliği her geçen gün artarak devam etmiştir. Bu politikaların belirsizliği televizyon kanallarının bu konudaki duyarsızlığının en önemli göstergesi olmuştur. Bu kanalların politikalarını anlamak Türkiye toplumunun "Bilgi Toplumu" noktasında nerede bulunduğunu anlamakla eşanlama geliyor.

Bu çalışmamızda özel televizyonculuğun gelişimini ve bugün gelinen noktada "Kültür-Televizyon" ilişkisini irdelemeye çalıştık. Bunun için ulusal ölçekte yayın yapan kanallardan bilgi edindik ve teorik okumalarla bu çalışmayı meydana getirdik. Çalışmamız sırasında özel televizyon kanallarının bu politikalarını nasıl meydana getirdiklerini anlamak imkanı doğdu. Bu konudaki doküman ve bilimsel eser eksikliği görünür ölçüde hissedilmekteydi.

Bu çalışmamızda bana yardımları ve moral desteğiyle katkıda bulunan tez danışmanım Dr. Ali Coşkun' a ve bölüm başkanımız Doç. Dr. Zeki Aslantürk'e teşekkürü bir borç biliyorum.

GİRİŞ

A- ARAŞTIRMANIN KONUSU: Bu araştırma ulusal ölçekte yayın yapan özel televizyon kanallarının "kültür politikaları"nı konu başlığı olarak belirlemiş bulunuyor. Bu özel televizyon kanallarındaki programlar, bunlarla ilgili olarak yayın akışları ve bu kanallarda politikaları belirlemekle yükümlü yöneticilerin görüşleri bu konuyu ortaya koyuyor.

B- ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ: 20.yy. kitle iletişim araçlarının hızla geliştiği ve yaygınlaştığı bir zaman dilimi oldu. Yaşadığımız bu endüstri sonrası çağın diğer zamanlardan en belirgin farkı “bilginin toplanması ve yayımı işlemlerinde” yaşanan olağan üstü gelişmelerdir. Daniel Bell’in deyimiyle 1950’li yıllardan itibaren ABD ve kara Avrupa’sında başlayan bu süreç bilgi toplumu (information society) deyimiyle tanımlandı. Bilgi toplumu nosyonunun en güçlü araçlarından biri de kuşkusuz televizyondur. Kitle iletişim araçları (masse medya) arasında en yaygın ve etkileyicisi olarak gözükken televizyon kişilerin ve toplumların yaşamlarını yönlendiriyor ve onları manipüle edebiliyor. Bu gün kişinin sosyalleşme sürecinde ihtiyaç duyduğu “kılavuzluk” görevini üstlenen televizyon, yaşamımızın odağında yer alıyor.

Televizyonlarda yayınlanan programlar ise gündelik hayatımızı etkiliyor, dilimizi düşüncelerimizi ve davranış biçimlerimizi ister istemez belirliyor.

Böylesi sosyolojik bir belirleyiciliği olan televizyonun felsefi ve sosyolojik arka planının (background) ancak yeni yeni incelendiğini biliyoruz. Batıda bu konuda çok önemli çalışmalar yapılmasına karşın bizde bu tür çalışmalar boşluğu dolduramıyor. Türkiye’de 1971’de yayına başladığı günden sonra 1989 da özel bir tv kanalının (magic box star) kanalının korsan yayınıyla TRT’nin tek kanallık egemenliği son bulmuştur. O günden sonra ülkemizde özel radyo ve televizyonların yaygınlaştığı görüldü ve televizyonun toplum

üzerindeki etkisi inkar edilemez bir noktaya ulaştı. Televizyon yayınlarında eleştiri konusu olan önemli bir eksiklik ise insanların zihinsel gelişimine yarar sağlayacak ciddi kaliteli ve özgün “kültür” programlarının yeterince dikkate alınmamış olmasıydı.

Zaten var olan programlarda tatmin edici gözükmüyordu. Peki bunun nedenleri neydi? Yoksa bazı tv idarecilerinin iddia ettiği üzere halkın zaten böyle bir talebi yok muydu? Programlar hangi kuşak ve saatlerde yer alıyor, nasıl bir formatla sunuluyor, yöneticiler / hazırlayanlar bu konuda ne düşünüyordu? Artık ülkemizde “sosyolojik bir fenomen” haline gelen “televizyon ve kültür” ilişkisini 21. yy 'a girerken Türk halkının “kültürel profilini” çıkarmak bakımından incelemek istedik.

C- ARAŞTIRMANIN KAPSAMI: Bu çalışmamızda halen 5 kanaldan yayın yapan ve devlet kontrolünde olduğu için kamusal yükümlülük dolayısıyla zaten kültür programları yayınlamak zorunda olan TRT’yi araştırma dışı bıraktık. Çünkü önemli olan gösterge toplumsal taleplere göre kendini ayarlamak zorunda olan özel televizyonların takındığı tavır ve belirlediği politikaları! Biz de bu nedenle özel tv’lerin basın ve halkla ilişkiler bürolarına ve program yöneticilerine ulaşmaya çalıştık. Programların yayın kimliklerini epizotlarını ve izleyici tepkilerini tv yöneticileri açısından inceleyerek mercek altına aldık. Bu anlamda bu alan araştırmasında HBB, Samanyolu tv, Atv, (prima tv), NTV, Kanal E, gibi ulusal yayın yapan tv kuruluşlarını inceledik. Halen yayın yapan diğer ulusal kanallara ise bazılarının kültür programı noktasında incelemeye değer olmaması bazılarında ise basın ve halkla ilişkiler (PR) servisleriyle sağlıklı ilişki kurulamadığından ulaşamadık

D- ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ: Bu çalışmada kanal yöneticileriyle yüz yüze mülakatlar gerçekleştirdik. Ve kanal yayın akışlarını karşılaştırdık. Bu araştırmada öncelikle binci bölümde "Kültür ve Kültürün Temel Ayrımları ", ikinci bölümde "Televizyonun Analizi", üçüncü bölümde "Kitle İletişim Araçları

ve Kültür İlişkisi",dördüncü bölümde "Dünya ve Türkiye'de zel Televizyonlar",beşinci bölümde "Türk zel Televizyonlarında Kültür Yayıncılığı "incelendi.

E- TEMEL KAVRAMLAR: Bu alışmamızda televizyonun doğasını, felsefi ve toplumsal boyutunu kitle iletişimin kültürel işlevlerini ,özel tv ve kültür ilişkilerini değerlendirdik. Özellikle bu çalışmada söz konusu tv'lerin kurum kimliği program yayın akışları (prototip) ve kültür programı yada bölümlerinin bu tabloda nasıl bir yer aldığı değerlendirildi. Burada yer alan temel kavramlar ,kültür,televizyon ,kitle iletişim olarak gözükmektedir ve bu kavramlar ilerde açıklanacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜLTÜRÜN TEMEL AYRIMLARI

I - KÜLTÜR

A - Kültür Nedir?

Kültür kavramı üzerinde sayısız tarifler yapılmıştır. Bir tanıma göre kültür (culture) kavramı Latince kökeni itibariyle “ekin ekmek” anlamına gelir ki, “ekin” kelimesi dilimizde de kullanılmıştır.

“Ekin (kültür). 1-Yer yüzünde beşeri hayatın başlangıcından bu güne kadar insanoğlu tarafından üretilmiş her şey. 2-bir birey veya topluğun yaşam tarzını biçimlendiren örf, adet, gelenek-görenek ile alışkanlıklar, davranışlar, inançlar toplamı”dır.¹

Kültürü “etnik bir gruba, bir ulusa, bir uygarlığa niteliklerini veren, bir başka grupta, bir başka ulusta bulunmayan maddi ve ideolojik olguların tümü”² olarak ta tanımlayan kaynaklar vardır.

Sözlük tanımları bir yana kültürün özellikle filozoflar tarafından yorumlanış biçimleri oldukça farklı olmuştur. Nerede ve hangi amaçla kullanılırsa kullanılsın tanımlar daima bir belirsizliği de beraberinde getirmiştir. Türk sosyolojisinin önemli isimlerinden Ziya Gökalp (Hars ve Tehzip) adlı ikili bir kültür ayrımında bulunmaktadır. Buradan kültürün tanımını da çıkarmak mümkündür. Ona göre “tehzip”, yüksek tahsil görmüş, yüksek bir terbiyeyle yetişmiş yukarı sınıf kültürüdür. Buna karşılık “Hars” ise halkın kültürüdür³.

Batıda bugün egemen olan Anglosakson niteliği ağır basan “çağdaş kültür görüşü”ise rönesans devrinde oluşmuştur. Bu anlamda “kültür terimi iktisadi üretim ve dağılım sistemini akraba ve aile örgütlenmesi sistemini siyasal ve dinsel örgütlenmeyi, günlük yaşam kurallarını, ahlak ve adalet sistemini, dili ve mit, sanat, felsefe hatta bilim üretimini kapsıyordu.

¹ Sosyal bilimler sözlüğü, Ömer DEMİR-Mustafa ACAR, Ağaç yayınları, 1993, İst

² Büyük Larousse, kültür maddesi, Milliyet y.y, 1993, İst

³ Ziya GÖKALP, “Hars ve Tehzip”, Türkçülüğün Esaesları, Hz. Mehmet KAPLAN

Kültür evrenseldir. Ama tek bir modele indirgenmesi olanaksız pek çok değişkenler içerir”⁴.

Kültür insan türüne özgü, dolayısıyla evrensel toplumsal ve tarihsel bir olgudur. Bu olguyu kavramadan medyanın bu alandaki yayınlarını algılamamız ve anlamamız mümkün olmayacaktır. Kültürün kelime olarak kökenine baktığımızda Latince'de özel bir alanı değerlendirilmesi için gösterilen özen ve bu alanın gerektirdiği uygulama anlamına geldiğini görüyoruz. Çağdaş kültür kavramının mimarı olan Herden, kültürü bir halkın yada topluluğun yaşam biçimi olarak tasarlayarak bu kavrama tarihsel boyutunu kazandırmıştır⁵.

B - KÜLTÜR-MEDENİYET, (Civilasition) AYRIMI

Kültürün tanımı yapılırken ortaya çıkan en temel sorun onun “medeniyet” ile olan ilişkisi ve ayrımı olmuştur. Neleri kültür dairesinde, neleri medeniyet (uygarlık) dairesinde görebiliriz? Sosyolog Erol Güngör “bir medeniyet her şeyden önce bir değerler, inançlar sistemidir. Müesseseler bu değer ve inançların birer eseri olarak ortaya çıkar” demektedir⁶.

Ünlü felsefeci ve sosyolog Pitirim Sorokin “kültür” kavramını tanımlarken “maddi kültür” değişimini vurgular.

“Henüz maddi taşıyıcılar aracılığıyla nesneleşmemiş, fakat insanlıkça bilinen madde dışı anlamlar, değerler, kurallar toplamı; bütün taşıyıcılarıyla birlikte şimdiden nesneleşmiş anlamlar kurallar toplamı; son olarak da, geçmişteki ve bugünkü düşünce sahibi bireylerin ve grupların toplamı; bu birbirinden ayrılamaz toplamlar, insanlığın biyolojik ve fizik dünyalarının üstüne konulmuş toplam toplumsal-kültürel dünyayı meydana getirirler”⁷.

Bizde ise yaptığı kültür medeniyet ayrımıyla çokça konuşulan ve üzerinde sıkça kritikler yapılan bilim adamı Ziya Gökalp’tır. Ziya Gökalp kültür ve medeniyet ayrımını yaparken özellikle medeniyetleri tasnif ederek bu sonuçlara varıyordu. Onun "Türkçülüğün Esasları" adlı kitabındaki değerlendirmesine baktığımızda bu ayrımı nasıl yaptığını görmekteyiz.

⁴ Büyük Larousse, Kültür maddesi, Milliyet yy, 1993, İst

⁵ Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme, Sadi ÖZDEMİR, Timaş yy, 1998, İst

⁶ Erol GÜNGÖR, Sosyal Meseleler ve Aydınlar, Ötiken yy, 1993, İst

⁷ Pitirim SORAKİN, Bir Bunalım Çağında Toplum Felsefeleri, Çev.Mete TUNÇAY, Göçebe yy, İst

“Medeniyet, aynı mamureye dahil bir çok milletlerin içtimai hayatlarının müşterek bir mecmuudur. Mesela Avrupa ve Amerikan mamuresinde bütün Avrupalı milletler arasında müşterek bir batı medeniyeti vardır. Bu medeniyetin içinde bir birinden ayrı ve müstakil olmak üzere bir İngiliz harsı, bir Fransız harsı, bir Alman harsı mevcuttur. Aynı mamure dahilinde bulunan bütün bu mefhumların, bilgilerin ve ilimlerin mecmuu medeniyeti vücuda getirir⁸. Ziya Gökalp'in bakış açısına farklı bir yönden yaklaşan günümüz sosyologlarından biriside Prof. Dr. Yılmaz Özakpınar'dır.

“Rasyonelleşmiş bir inancı ve o inançtan kaynaklanan bir ahlak nizamını benimseyen insanların ruhi yükselişi, onların o inanç ve ahlak nizamına göre yaşamasını sağlayacak bilinçli bir teşkilatlanmaya yol açar. İnsanlar üzerinde böyle bir etkisi görülün bir inanç ve ahlak nizamı medeniyettir. Medeniyet, toplum çapında bir ruh enerjisi sağlar ve kendisini ifade eden, kendisiyle bağdaşan, kendisinden ilham alan eserlerin meydana getirilmesini teşvik eder. Doğa ve toplum hayatı içinde meydana getirilen her türlü eser kültüredür. Kültür eserleri bir tarafta hayatın gereklerini yerine getirirken, bir taraftan da içinde meydana geldiği medeniyetin inanç ve ahlak nizamını yansıtır⁹. Fransız akademi lügatına 1798’de giren medeniyet yani civilisation kelimesini ilk kez Mustafa Reşit Paşa kullanmıştı¹⁰. Cevdet Paşa ise İbn Haldun’dan esinlenerek medeniyeti “cemiyetlerin zaman içinde ulaştıkları içtimai bir merhale, bütün toplumların idrak ettikleri veya edecekleri bir durak” olarak tarif etmişti¹¹.

II - KÜLTÜR ÇEŞİTLERİ

A- MİLLİ KÜLTÜR

Milli-ulusal kültürü belirlemek için şüphesiz öncelikle toplumların karakterlerini yorumlamak gerekir. Antropologlar milli kültürün kültürel bütünden ayrı olarak bir kaç hususi anlamı bulunduğu noktasında ittifak halindedirler. Bunlardan ilki, milli kültürün din, felsefe, edebiyat ve ilim alanlarında milli başarıları veya kültür

⁸ Ziya GÖKALP, Türkçülüğün Esasları, kültür bakanlığı yy, 1990, İst

⁹ Prof. Dr. Yılmaz ÖZAKPINAR, Kültür ve Medeniyet Anlayışları, Kubbealtı Neşriyat, 1997, İst

¹⁰ Cemil MERİÇ, Ümmandan Uygarlığa, Ötüken yy, 1977, İst

¹¹ Ümit MERİÇ, Cevdet Paşa’nın Toplum Görüşü, İnsan yy, İst

ürünlerini ihtiva etmiş olmasıdır. Bazı toplumlarda bu zihni yaratmalar geniş çapta yukarı sınıfın ürünü olarak kabul edilir. Bu suretle ilk sulama toplumlarından itibaren milli kültür din, sanat, yazı, eğitim, esas nüfustan ziyade yukarı sınıf yoluyla üretilmekte ve tüketilmekte olduğu bilinmektedir. İkincisi ise milli ölçüde faaliyet de bulunan idari, iktisadi, dini ve benzeri müesseseleri ihtiva eder. Kültürden anlaşılan üçüncü anlamda milletin tüm mensupları yoluyla ortak olunan ve fertlerin doğrudan gözlemi ile tahkik edilebilen müşterek davranış şekillerinden ibaret olmasıdır¹². Milli kültürü tanımlayanlardan biride Ziya Gökalp'tir ve ona göre bunu “hars” olarak tanımlamak mümkündür. Yani halkın geleneklerinden yaptığı, örflerinden sözlü ve yazılı edebiyatından, dininden, dilinden, ahlakından oluşturduğu bir bütündür. Bu arada dini ve milli kavramlarının bir “sui generis” bir durum olarak ülkemizde içiçe geçtiğini ve dolayısıyla kültür tanımında da bir düalliteye yol açtığını iddia eden yazarlarımızda dikkat çekmektedir.

“Ziya Gökalp'in Türk harsı diye nitelediği geleneksel imajlar, tasarımlar ve mitoslarla oluşan halk kültüründe “ulusal” olanla “dinsel” olan, Türk toplumunun uzun geçmişinde bir birini karşılıklı etkileyerek, değişik bir yapı oluşturmuştu. Bunlar kesin ve radikal bir yaklaşımla bile olsa kolay kolay ayrılabilecek gibi değildi. Prof. Niyazi Berkes'in de belirttiği gibi bu terimlerin Osmanlı Türkçe'sindeki tarihsel eğilimine bakılırsa meşrutiyet dönemine kadar “milli” kavramı, “dini” anlamında kullanılmış; bu iki kavram, yani ulusal ile dinsel neredeyse eşanlamlı sayılmıştı. Cumhuriyetten sonraki uygulamalar, bu doğrultuda bir farklılaşmayı getirmiş görünse de temeldeki bütünlük süre gitmiştir”¹³. İşte Hilmi Yavuz bu satırlarında bu ikileme işaret etmektedir.

Milli kültür kavramı bugün batı bilim literatüründe geniş veya egemen (dominant) kültür olarak tanımlanmaktadır. O anlamda Türk kültürünün “yerli” baskın kimliğiyle halkımızın öz değerlerini yansıttığını söyleyebiliriz. İki binli yılların yaşandığı dünyamızda milli kültürlerin global bir dünyada diğer kültürlerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Ülkemizdeki televizyonların kültür politikalarını anlamak için kuşkusuz milli kültür kavramına ne gibi bir anlam yüklendiğini öncelikle belirlememiz lazım gelmektedir.

¹² Prof. Dr. Orhan TÜRKDOĞAN, Milli Kültür, Modernleşme, İslam, Birleşik yy, 1996, İst.

¹³ Hilmi YAVUZ, Kültür Üzerine, Bağlam yy, 1987, İst

B - EVRENSEL KÜLTÜR

Milli kültürü anlamak için tabi ki evrensel kültürün formatını ve sınırlarını belirlemek gerekmektedir. Batı dünyasında oluşan aydınlanma hareketi (rönesans) nin diğer adı “modernleşme” idi ve dünyayı rasyonalize etme politikasının başlama süreciydi. Temelde hümanist, pozitivist ve seküler bir karakter taşıyan bu süreçte bugün gelinen nokta sınır tanımayan “global” bir dünya tasarımıdır.

Tarihsel bu dönüşümden etkilenen Türkiye toplumu “modernleşmeye” düşünerek karar vermiş olmaktan çok “maruz kalmıştı” denebilir. Toplumumuz modernlik, post-modernlik, kozmo politizm ve benzeri olguları şimdilerde daha sık tartışıyor ve analiz ediyor. 1990’lı yıllarda Sovyet blokunun çözülüşüyle birlikte “sert ideolojiler” devri kapandı, soğuk savaş dönemi sona erdi. Bugün aslında bir “evrensel kültür” tanımından söz eden batılı filozoflar daha ziyade batı uygarlığı ve bir uzak batı ülkesi olan amerikanın yaşam biçiminden (way of life) referanslar getiriyor. Yeni çağın sözü dinlenir fütürist sosyologlarından Alvin Toffler yer yüzünün bugün “major” (başat), ve “minör” (azınlık) kültürleri olarak ikiye ayrıldığını ve bu yüzden küreselleşmeye karşı konulmayacağını vurgulamakta ve azınlık kültürlerini yani minör-zayıf-yerel kültürlerin, majör (başat evrensel) kültürler tarafından yok edileceğini öngörüyor¹⁴.

Sosyolojide bir kültürden etkileşim süreci (a culturation) etkileşim süreci çok önemli bir ayrım içerir. Bu etkileşim, bir kültür çeşitliliğini ve zenginliğini mi yoksa (yabancılaşma) “alination” sonucunu mu doğuruyor?

Evrensel kültür bugün batılı tarih bilimcilerin öne sürdüğü üzere diğer kültürleri yok edecek, amerikalı tarih bilimci ve sosyolog Prof. Francis Fukuyama’nın “Tarihin Sonu” adlı makalesinde Hegelyen bir tezle öne sürdüğü gibi “Liberalizm”in zaferini mi müjdeleyecek?

C - MİLLİ KÜLTÜR - EVRENSEL KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Milli kültür ve evrensel kültür ilişkisini ve ayrımlarını anlamadan “yerli” kimliğimizi tanımlamak mümkün olmayacaktır.

“Sahicilik, ben merkezilik değildir; çünkü insan kendi kimliğini ancak insan dillerinin zengin anlatım araçlarını edinerek, tüm hayatı

¹⁴ Alvin Toffler, Gelecek Şoku, Altın Kitaplar, İst

boyunca “anlamalı ötekilerle” diyalog, hatta mücadele içinde biçimlendirir. Kendimi tanımlamak, ötekilerle aramdaki farkta önemli olanın ne olduğunu belirleyecek bir anlam ufkunu gerektirir¹⁵.

Kanadalı filozof Charles Taylor bir insanın kendini nasıl anlamlı kılabileceğini bu satırlarda açıklıyor. Bu yorumu aynı şekilde bir toplum içinde uygulayabiliriz. Yani “otantik” (sahici) bir kültüre sahip olmak demek, dış etkilere karşı kapanıp “ötekilerle” diyalogdan ve alışverişten kaçınmak anlamına gelmiyor. Böylesi bir bilinçli izolasyon politikası bunu yapan toplumların çağın dışına itilmesine ve adeta tarih dışı bir toplum haline gelmesine yol açacaktır. Burada evrensel kültür değerleriyle toplumların öz değerlerinin nerede buluştuğu-buluşmadığı sorusu sorulmalı ve ona göre bir tutum belirlenmelidir. Tamamen batı modernleşmesine ve onun yaydığı değerlerle karşı olanlarla (köktenci), tümüyle kabullenici-kozmopolist bir tavrı benimseyenleri doğru noktada buluşmaları gerekmektedir. Fransız yazar Sergei Latouche’nin değimiyle bugünkü evrensel kültür nosyonu tüm insanların “bir örnekleştirilmesi” hedefini öngörüyor-içeriyor olabilir¹⁶. Bu tehlikeli süreç yarın tek düze bir dünyanın var olacağı anlamına gelebilir. Ama global bir köye dönüşen yeryüzünde toplumların birbirinden habersiz ve ilişkisiz yaşaması artık mümkün değildir. Tüm milletlerin kültürlerinin diğer kültürlerden beslenmesi kaçınılmazdır, gereklidir. Önemli olan bu sürecin sağlıklı işlemesi ve Alvin Toffler’in ön gördüğü gibi majör ve minör kültür çatışmalarının yaşanmamasıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

I - TELEVİZYON ANATOMİSİNİN ANALİZİ

A - TELEVİZYONUN DOĞASI

Televizyon çağdaş toplumlardaki en yaygın ve etkin “kültür üretme makinesi” olarak karşımıza çıkıyor¹⁷. Televizyonu anlamak için belki de onun etimolojik çözümlemesini yapmak faydalı olacaktır. Televizyon Latince kökenli bir sözcük olup “uzağı görmek” anlamına gelir ve bu anlamıyla da Mc Luhan’ın daha sonraki spekülatif geliştirimlerinin temeline yerleştirdiği önerme gibi, gerçekten insanın

¹⁵ Charles TAYLOR, Modernliğin Sıkıntıları, çev. Uğur ÇAMBİLEN, Ayrıntı yy, 1991, İst

¹⁶ Sergei LATOUCHE, Dünyanın Batılılaşması, Ayrıntı yy, 1993, İst

¹⁷ Yusuf KAPLAN, Televizyon, Ağaç yy, 1992, İst

görme duyusunun ulaştığı en ileri aşamadır; insanın görme yetisinin inanılmaz boyutlara erişmesidir¹⁸. Televizyonu bugün kimileri “aptal kutusu” (idiot box) kimisi ise “büyülü kutu” (magic box) olarak tanımlamaktadır. Acaba televizyona olumlu ve olumsuz yaklaşım sergileyenler onun teknolojisine mi yoksa sosyo kültürel ve ekonomik yönüne doğrumu vurgu yapmakta ve yoğunlaşmaktadırlar?

Bu sorunun cevabını bulduğumuz zaman sorunu da büyük ölçüde çözmüş olacağız. Ünlü fütürist romancı George Orwell 1948’de yazdığı “1984” adlı ütopyasında kurguladığı totaliter rejimi bekçiliğini “tele-skrin” adlı bir televizyonun yaptığını tasvir etmiş ve bizi dehşete düşürmüştü. Acaba bugün için televizyonun gerçek mahiyeti ne?

B - TELEVİZYONU ANLAMAK

Teknolojik bir aracın doğasını tanımak yeryüzü tarihinde ilk kez insanoğlu için bu kadar zor oluyor. İnsanoğlu kendi ürünü olan bir aygıt tarafından adeta şaşkına uğratılıyor. Ekranın büyümesine kapılan bizler onun mahiyetini ve tabiri caiz ise getirdiği varoluşsal (ontolojik) durumu çözümlemekte oldukça güç anlar yaşıyoruz. Onu diğer kitle iletişim araçlarından (radyo, gazete vb) bu denli ayrıcalıklı kılan şey nedir? Şüphesiz onu bu denli popüler yapan etkenlerin başında “görsel zenginliğin” ve “basit dilinin” başta geldiğini söyleyebiliriz. Bir diğer unsur ise onun insanlara sunduğu ucuz eğlenmek imkanıdır. Brian Groombridge’e göre

“ insanların çoğu televizyonunun bir eğlence aracı olduğunu düşünür. Sinemaya gitmek gibi eski sosyal etkinliklerinden uzaklaşan insanlar “yorucu bir günün sonunda” ayaklarını uzatarak eğlenmek ve dinlenmek istediklerini söylemektedir. “eğitilmek istemiyorum, bu nedenle tv izliyorum” pek çok insanın ortak görüşünü dile getirmektedir¹⁹.

Bunu anlamak için ilerde kitle toplumu ve kitle kültürü kavramlarına değinilecektir. Yaygın bir halk aracı olan tv’de halk çoğunluğunu eğilimlerine uymak zorundadır.

¹⁸ Doç. Dr. Erol MUTLU, Televizyonu Anlamak, Gündoğan yy, 1991, Ank

¹⁹ Brain GROOMBRIDGE, Televizyon ve İnsanlar, Der yy, İst

II - TELEVİZYON VE EVRENİ

A- KURGUSAL DÜNYASI

Tüm iletişim araçlarının bir diğerinden ayırıt edilmesini sağlayacak özgün bir formatı vardır. Bu formatlar çeşitli konuları kitleye sunma stratejileri olarak hizmet gören formüllerdir. Söz gelişi herhangi bir olayın sunum biçimi ve tarzı (dolayısıyla hatta mesajı) bu olayı dolayımlayan formatın türüne göre değişecektir. (Örneğin sahne müzikali, tv draması, Hollywood kostüm filmi gibi) çünkü bu olay o formatın mantık ve kurallarınca formüle edilecektir. Televizyondan örnek verilecek olursa bu ekrandan görülen içerikler, bu aracın format kurallarını kabul etmeye zorlamıştır. Örneğin Amerikan profesyonel futbolu, Amerika tv şebekelerinin prime time'na taşındığında futbolun eğlence değerini artıran kimi kural değişmelerine girilmiştir. Oyunlar bu kural değişimleriyle oyunlar daha hızlı ve dolayısıyla tv formatına daha uygun hale getirilmiştir²⁰.

Televizyonun kurgusal yapısıyla diğer iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Burada sözlü kültür ve yazılı kültür arasındaki ayrımı bir kez daha televizyonda yaşamaktayız. Televizyonun kurgusal dünyası sadece görünümlere ve imajlara önem verdiği için tüm yazılı eserlerden ayrılmakta ve onu kendi doğasından kopararak dönüştürmektedir.

“Yazılı hikaye genellikle tasviri, tefekkür sessiz değerlendirmeyeyle birleştirir ve bağımsızlık bir yalnızlık içinde okunmayı gerektirir, televizyon imajı ise dramadır. Bir görgü şahidinin duyguları ile dahil olduğu olayın tamamını veya olayın hakiki anlamını değerlendirmesini sağlayacak kadar büyük kısmını görebileceğinden fazla yaklaşıp tecrübe ettiği bir olaydır”²¹.

B - ANLATIM DİLİ

Televizyon doğası gereği iç çelişkilerle dopdolu, birbirinden bağımsız ve heterojen metinler üretmektedir. Dolayısıyla bütünleşmiş, insicamlı ve tek bir televizyon metninden söz etmek olanak dışıdır.

John Ells'inde ifade ettiği gibi televizyon kullanıldığı (tüketildiği) ortama uyum sağlamak amacıyla (sinemadan pek çok

²⁰ Doç Dr. Erol Mutlu, Televizyonu Anlamak, Gündoğan yy, 1991, Ank.

²¹ Martin ESSLİN, Tv Beyaz Camın Arkası, Çev. M. Çiftkaya, Pınar yy, 1991, İst

açından farklı) kendine özgü estetik ve anlatım biçimleri geliştirmiştir. Konuyla ilgili olarak Heat ile Skrow, öykü zamanıyla gerçek zaman nerdeyse denk olarak verilmesinin tv metinlerinin anıdalık-oradalık etkisine yol açtığını ileri sürmektedirler. Heat ile Skrow’a göre tüm televizyon programları (canlı)dır²².

İşte bu anlamda televizyonun her halükarda dramatik bir dilinin oluştuğu ve tüm diğer eserleri de buna zorladığı görülmektedir.

“Dili, yani onun medeniyet kadar eski bir geleneğe sahip olduğunu gramerinin ve söz diziminin çözülmesi için büyük bir düşünce gayreti gösterilmiş olduğunu, onu incelerken elimizde geçerli bir terminoloji ve sınanmış kritik stratejiler türünden şeyler bulunduğunu aynı zamanda psikolojisini ve etkilerini tahlil etmek için etkin aletlere sahip olduğumuzu anladığımızda, bir iletişim aracı olarak televizyon dilinin drama dilinden başka bir şey olmadığı görülür. Yani televizyon pek çok şeyi ortaklaştığı sinema gibi özünde dramatik bir araçtır²³. Böylesi bir dramatik dil yapısı kullandığından dolayısı ki televizyon dilinin vulgarize olması (sıradanlaştırılmış) kaçınılmazdır. Kullanılan deyimler, kavramlar büyük oranda somuta indirgenmiş ve popüler kültür atmosferinden doğan bir dili oluştururlar. Söz dizimlerinin çok uzun ve dolayimli olması mümkün değildir.

Televizyonda kullanılan tasvirler tümüyle yalın ve derinliksiz olmak zorundadır. Çünkü televizyonun sunduğu iletişim anlıktır ve bir anlamda yoktur. Yada yalnızca görüntüde görünür. O nedenle tv dili deyince sadece perfore (kafa ses) değildir önemli olan. Görselliğin dili, seçilen imajlar ve kodlamalar televizyonun en belirgin anlatım dilini oluşturmaktadır. Bu bakımdan televizyon dili daha ziyade sinemaya yakın durmaktadır.

Televizyon metinlerinde gündelik yaşam kültürünü ve terminolojisini aşmayan ve zorlamayan bir kelime dağarcığı kullanılmasına dikkat edilmektedir.

C - TELEVİZYON VE ANLAM DÜNYASI

Televizyonun kendisini kurumlara adapte etme gücüne sahip olduğunu reddetmek hemen hemen imkansızdır. (ve bu amaçla

²² Yusuf KAPLAN, Televizyon, Ağaç yy, 1992, İst

²³ Op. Cit. Sf.14

organize edilen propaganda için kullanılan televizyon için doğru değildir sadece).

O bireyin kendisi olmaktan feragati yoluyla bir sosyal yapıya bir kollektiviteye entegre olma yolunda, (şurası bir gerçektir ki temelde belirsiz bu terimin açıklığa kavuşturmalıyız) bir sosyalizasyon aktörüdür. Televizyon bir standardizasyon ve dünyaya uyum aktörüdür. Bu kısmen bizi rüyalara ve psikolojik telafi mekanizmalarına götürdüğü için böyledir. Fakat açıkça görülebilir, bir nesneyle onun mümkün anlamları- imaj çokluğu ve değişikliği tarafından gizlenen anlamları- arasındaki sürekli dikatomiden dolayı da bu böyledir. Anlam dışarda bırakılır, ancak nesne oradadır. Televizyon zorunlu olarak bir antisürrealizm gibi, anlamı ortadan kaldıran bir şey gibi eylemde bulunur. Televizyon bizi tatmin eder; peki ama neden hala ona bakmamız gerekmektedir? Nesnenin kendisini, kendinde nesneyi görürüz de ondan²⁴.

Televizyonun anlam dünyasını yok eden tavrını göz ardı etmemiz mümkün değildir. Şüphesiz bu da ona anlam yükleyenlerin zihniyetiyle ilgili bir problemdir.

Grup hayatının sürekliliği , insanlar arasındaki fikir,kanaat ve haber alışverişi insanların bunları birbirlerine aktarmaları iletişimi zorunlu kılar.

Kitle iletişimi toplumsal bütünleşme ,kültürel gelişme ve genel olarak insanlığın ilerlemesi yönünden oldukça etkindir. Bu nedenle çağdaş toplumlar da kitle iletişimin sosyolojik bakımdan incelenmesi zorunlu hale gelmektedir.

Dolayısıyla kitle iletişim sosyolojisi ya da radyo tv sosyolojisi adı altında alta disiplinler oluşmaktadır. Kitle iletişim bir de sosyal psikolojik açıdan incelemeye alınmıştır. Bu konuda sosyal psikolojinin temel prensipleri tutum ve kanaatların incelenmesi ,tutum ve kanaatların değişiminde sosyal psikolojik açıdan kitle iletişim araçlarının etkisi çeşitli araştırmalarla ortaya konmaktadır.²⁵

Televizyonun daha iyi anlaşılması için artık sosyolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. İnsanların televizyon karşısındaki tepkileri ve edindikleri sonuçta sosyal bir eyleme dönüşebilmektedir.

²⁴ Jacques ELLUL, Sözü Düşüşü, Çev. H.Aslan, Paradigma yy. İst.

²⁵ Muzaffer ŞAHİN,Televizyon ve Toplum İlişkileri,1988,Ank

Televizyonla birlikte oluşan yeni sosyal yapı gelecek açısından ürkütücü nitelikler taşıtmaktadır. Bunu anlamak için de “İletişim Sosyolojisi”ne ihtiyaç duymaktayız.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KİTLE İLETİşİM ARAÇLARI VE KÜLTÜR İLİşKİSİ

I-KİTLE İLETİşİM ARAÇLARI

A- Kitle İletişimin Doğası

Kitle iletişimi,kitle iletişim araçları tarafından gerçekleştirilir. Basın, radyo, tv, sinema filmleri, plaklar, bantlar bugün kullanılan kitle iletişim araçları (masse media) dır. Kitle iletişim terimi kamuya kitlelere yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır. Geleneksel olarak, kitle iletişimi beş aşamalı süreç olarak ele alınır.

1-Profesyonel iletişimciler sunum için değişik içerikli iletiler oluştururlar.

2-Bu iletiler mekanik araçlar aracılığında hızlı ve sürekli dağıtılır ya da yayınlanır.

3-İleti çok sayıda ve çeşitli izleyiciye ulaştırılır.

4-Kitle içindeki bireyler iletiyi kendi deneyimlerindeki anlamlara göre yorumlarlar.

5-Sonuçta bireyler şu ya da bu şekilde etkilenirler.

İletişimciler medyanın (masse media) "Eğlendirici, bilgilendirici, kültürel, toplumsal, siyasal olmak üzere beş temel işlevi olduğunda birleşiyorlar.

1- Eğlendirme: Birey yaşama mücadelesinden , değişimden etkilenir, bunalır. İnsanlık tarihi boyunca da eğlenceyle bu bunalımdan uzaklaşma ,rahatlama çabasında oldu. Kitle iletişim araçları eğlence sunar. Müzik, yarışma film, dizi filmler insanı kendi gerçeklik alanından alır ve eğlendirir.

2- Bilgilendirme: Haberler, güncel olaylardan hazırlanan programlar, belgeseller, insanı öncelikle dünya hakkında (doğru ya da yanlış) bilgilendirir ve düşüncelerine zemin hazırlar. Her türlü bilimsel bilgi de aktarılır.

- 3- Kültür Sunumu: Kültür bir toplumun yaşam biçimi olarak algılanabilir. Medyanın kültür işlevi önemlidir. Çünkü toplumsal gerçekliği kurabilir ve sunar. Doğrudan kültür programlarıyla ya da dolaylı olarak tüm içeriği ile kültürel şekillenmeyi modelleyerek yönlendirir. Kültürel sürekliliği sağlayabildiği gibi toplumu kültürel değişime de yönlendirebilir.
- 4- Toplumsallaştırma: Toplumdan, toplumsal gruplar arasındaki etkileşimlerden örnekler sunarak, toplumsallaşmayı sağlar, bireyin anlama düzeyini ve uyarılama becerisini örgün yaygın eğitimle ve diğer içerikleriyle yükseltebilir.
- 5- Siyasallaştırma: Siyasal olayları, konuları , etkinlikleri sergileyerek kamuoyu oluşturur. Katılım için geribildirime gerekli iletişim kanallarını kullanır.

Kitle iletişim araçlarının ortak özelliği , bunların haberleri veya düşünceleri ya da duyguları yazı, resim ve ses olarak çoğaltmak suretiyle anonim nitelikteki kitlelere ulaştırılan teknik araç durumunda bulundurmalarıdır.

B- Kitle İletişim Araçlarının Etkisi

Kamuoyu oluşturma bakımından kitle iletişim araçları özellikle radyo ve televizyon çok öncelikli bir yere sahiptir. Mc. Luhan bu imkan sayesinde insanın kendi k  k çevresinden çıkıp iyice k  len dünyanın etkin bir  yesi olduğunu savunurken, Daniel Lerner ve Wilbur Schramm gibileri televizyonu özellikle üçüncü dünya  lkelerinin 'Batıya Ulaşma' olarak gördükleri 'modernleşme' çabalarının en etkili unsuru olarak değerlendirirler.

Amerikan muhalif düşünürlerinden Noam Chomsky düşüncenin kontrol altında tutulması maksadıyla totaliter ve demokratik bütün yönetimlerin halkın katılımcı yeteneğini ve arzusunu köreltmek istediğini ve bu yüzden kitle iletişim araçlarının (masse media)  nemli olduğunu vurguluyor.

Ona göre kamuoyunu yönlendirmek isteyenlerin 'Hedeflerinden biri salaklar ve cahillerdir. Bunlar deliklerinde tutulmalı, anlayabilecekleri kadar basitleştirilmiş martavallarla uyutulmalıdır, marjinalleştirilmelidir, izole edilmelidir. En ideali bunların her birini ve tek başına olmak üzere ekran karşısına oturtmak, spor müsabakalarını, Brezilya dizilerini seyrettirmektir.

Bir araya gelirlerse nelere sahip olabileceklerini düşünmeye fırsatları olmamalıdır. Televizyonun çok etkin bir yönlendirme aracı olduğu artık tartışmasız bir gerçektir.

C- Kitle İletişim Araçlarının Sosyolojisi

Grup hayatının sürekliliği , insanlar arasındaki fikir ,kanaat ve haber alışverişi insanların bunları birbirlerine aktarmaları iletişimi zorunlu kılar. Kitle iletişimi toplumsal bütünleşme, kültürel gelişme ve genel olarak insanlığın ilerlemesi yönünden oldukça etkindir. Bu nedenle çağdaş toplumlarda kitle iletişiminin sosyolojik bakımdan incelenmesi bir zorunluluk haline gelmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim sosyolojisi ya da radyo tv sosyolojisi adı altında disiplinler oluşmaktadır. Kitle iletişim bir de sosyal, psikolojik incelenmeye alınmıştır. Bu konuda sosyal psikolojinin temel prensipleri,tutum ve kanaatların incelenmesi, tutum ve kanaatlerin değişiminde sosyal, psikolojik açıdan kitle iletişim araçlarının etkisi çeşitli araştırmalarla ortaya konmaktadır.

Televizyonun daha iyi anlaşılması için artık sosyolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. İnsanların televizyon karşısındaki tepkileri ve edindikleri sonuçta bir eyleme dönüşebilmektedir.

Televizyonla birlikte oluşan yeni sosyal yapı gelecek açısından ürkütücü nitelikler taşımaktadır. Bunu anlamak için de 'iletişim sosyolojisi'ne gerek duymaktayız.

II-KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜ İLİŞKİLERİ

A-KİTLE TOPLUMU

Kitle toplumu kuramcıları ,düşüncelerinin kaynakları ve eleştirilerinin uzantıları bakımından farklılık göstermekle birlikte ortak bazı görüşleri paylaşırlar.”Kitle Toplumu”nu karakterize eden üç süreç kentleşme,sanayileşme ve modernleşmedir. Bu üç süreç geleneksel topluluk yapılarının çözülmesine eskiden aile,kilise ve cemaat bağlarıyla toplumsal konumları ve rolleri sıkı sıkıya tanımlanan bireylerin yalıtıklaşmasına ,yabancılaşmasına ve yönsüzleşmesine neden olur. Böylelikle bu bireyler toplumdaki

konumlarını ve rollerini yeniden tanımlama gereksinimi içinde, kitle iletişim araçlarının karşısında eli kolu bağlı kalakalırlar.²⁶

Bunlar aslında küçük guruplar gibi belirli bir amaç ve ilke etrafında birleşme ve rasyonel karar alma yetkesinde bulunmadığı için şekilsiz akıp giden bir su gibi çerçevesiz oluşumlardır. Kitle toplum aslında kitle adamlarının istatistiki bir yığılmasıdır.

Zevklerde ,dünya görüşlerinde ,hatta sosyal tercih ve kararlarında yeknesak ve standart bir yapıyı ortaya koyarlar. İnsanların çoğunluğunun kendi fikirleri de yoktur. Gasse'nin yerinde teşhisiyle bir makineye çalıştırmak için içine yağ konulduğu gibi bunlara da fikirler dışardan aşılanır.²⁷

Kitleleşme günümüz teknoloji ve uzay çağı insanının bir alın yazısıdır. Bu gerçeği Ortegay, Gasset, Spengler, Berdayev, Toynbee, Sorokin ve daha birçokları 1930' larda görmüşlerdir. Gasset, kütle adamının seyirciler olarak bir orkestrayı yöneten beyin kadrosunun üzerine yürümek suretiyle sahneye taşabileceklerini de açıklamıştır.

Kitle adamı sosyolojik bilgilerin ışığı altında birtakım özelliklere de sahiptir. Bunların en belirgin özellikleri şöyle sıralanabilir.

1-Anonim oluşları...Ferdi davranışa ve özellikler herkesi yakalayıp sürükleyen ve ancak içgüdü niteliğinde bulunan tutkuların seli altında geriye atılır.

2-Duygusalılık,Aklın yerini duygular ve içgüdüler almaktadır.

Bundan dolayıdır ki kitlelerin çok büyük olan etkileme ve etkilenme güçleri heyecan akımına bağlıdır. Ayaklanma olayları sırasında demagoglar ve liderler bu mekanizmayı çalıştırmaya büyük önem verirler.

3-Akli kontrolün erimesi;Kitle içine girince fertlerin akli guruptakilerin en alt seviyesine düşer. Kitleye katılan kimse ne olursa olsun kendini en aşağı zeka seviyesine ayak uyduracak,sürüklenerek mantıktan da ve kontrolden de vazgececektir.

²⁶ Doç.Dr.Erol MUTLU,Televizyonu Anlamak,Gündoğan yy,1991,Ank.

²⁷ Ortega y Gasse,Kütlelerin İsyanı,Bedir yy,çev:N.Muallimoğlu,1992,İst.

4- Kişisel sorumluluğun yok olması...Herkesin kişisel tutkularının denetimini yitirdiği kitle içinde fertlerde sorumluluk duygularını kaybederler.²⁸

Kitle toplumu kuramcıları özellikle bu toplumun oluşumunda zevksizlik ve ilgisizlik unsurlarının ağır bastığına dikkat çekerler. Kitle toplumuna mensup bireyler kişisel ya da toplumsal idealler yerine spontane gelişen istekler peşinde koşar ve temeli olmayan bu simultane isteklerini gerçekleştirmek için diğer bireylerle birlikte hareket ederler.

Kitle toplumu insanlığın yaşadığı en büyük tehlikelerden bir olarak gözükmektedir. Oswald Spengler gibi düşünürler”Batının Çöküşü”nü öngörürken böylesi bir topluluktan çekinmişler ve adeta bu türden bir topluluğun yaptıklarını”Vandalizm” olarak nitelendirmişlerdir.

O nedenle kitle toplumun yapısını ve onun kaynaklarını anlamak demek bugün kitle iletişim araçlarını (masse media) ve onun etkisini rahatlıkla tahlil etme kolaylığı sağlayacaktır. Yirminci yüzyılın en büyük fenomeni olan kitle toplumunu anlamak iletişimi ve onun toplumsal boyutunu anlamakla eşanlamlıdır.

B- KİTLE KÜLTÜRÜ

Kitle kültürü almanca “masse” ve “kültür” kelimelerinin birleşmesinden doğmuştur. Bugün alt orta sınıf, çalışan kesim ve fakirler olarak tanımlanabilen “masse” ,Avrupa toplumunun aristokratik olmayan , eğitim görmemiş kesimini ifade ediyor ya da ediyordu.”Kültür” ise yüksek kültür olarak çevriliyordu.Bu kelime sadece Avrupa toplumunun iyi eğitim görmüş elitlerinin tercih ettiği edebiyat, müzik,sanat ve diğer sembolik ürünlerini değil aynı zamanda ,bu ürünleri seçen kültürlü kişilerin düşünce ve duygu biçimlerini içeriyor. Diğer yandan “kitle kültürü” kültürsüz çoğunluğun kullandığı sembolik ürünleri ifade ediyor.²⁹

²⁸ Prof.Dr.Orhan TÜRKDOĞAN,Değişme,Kültür,Sosyal Çözülme,Birleşik Dağıtım,1996İst.

²⁹ Serdar KAYPAKOĞLU,Toplumsallaşma Sürecinde Kitle Kültürü,Maramara İletişim Dergisi,Ocak 1994,İst.

Horkheimer'in de belirttiği gibi “kültür” ferdileşmeyi ele alıyor,kitle kültürü ise ,ters yönde ahlaktan ve hatta kültürden ayrılıyor. Kitle kültürü öğretir,eğitmez. Manevi değerlerin seri halinde imalatıyla,kopyalarla zevk ve değerlerden yoksun ürünlerle ve ferdiyete karşı ilgisizliğiyle,o bizleri kişiliksizleşmeye götürür.

Temel kültürden farklı olarak kitle kültürü yeknesaklığın eğilimiyle insan hürriyetini daraltır. Çünkü hürriyet yeknesaklığa,hatta standartlaşmaya karşı koymak demektir.³⁰

Kitle kültürü genellikle ya kitle iletişim araçlarıyla sıkça yayınlanan konuların kültürel içeriğini ya da bu yayın araçlarını izleyen kitlelerin ,yayınlardan entelektüel düzeyde ne şekilde etkilendiğini belirten bir terim olarak kullanılmaktadır

Bu terimin ardında birçok varsayım bulunmaktadır. İlk olarak kitle iletişim araçlarının üniversite,konferans gibi kitlesel olmayan klasik araçların etkilerinden farklı ve kendi içinde uyumlu bir bütünlük içerdiği kabul edilmektedir. İkincisi belirli bir toplumda geçerli bilgi ve düşünce sistemlerinin tamamının ya da belirli bir bölümünün değişmesine yol açan belirleyici etkileri olduğu varsayılmaktadır.

Üçüncüsü açıkça belirtilmemekle birlikte kitle kültürünün yanı sıra elit tabakaya özgü bir başka kültür,yani kitle dediğimiz toplumun geniş bir kesimiyle ayrıcalıklı kültüre sahip bir başka kesim söz konusu olmaktadır. Sosyolojik terminolojide ise kitle kültürü belirli bir gerçeği ifade eden bir terim değil,çalışmalarda bir varsayım ya da araştırmalarda geçici bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu durumda terim ,kitle iletişim araçlarının etkileriyle oluşmuş özgül bir kültürel birliği içermekten uzak kalmaktadır. Hangi anlamda kullanılırsa kullanılsın, kitle kültürü kavramın dan yararlanabilmek kavramın sadece içeriğini ve elemanlarını tanımakla değil, yaygınlaşmasına sebep olan olayları ve ondan etkilenen kitleleri inceleyebilmekle mümkündür.

³⁰ Prof.Dr.Orhan TÜRKDOĞAN,Değişme ,Kültür ve Sosyal Çözülme,Birleşik yy,1996,İst

C-KİTLE KÜLTÜRÜYLE GELEN ZEVK(SİZLİK)

Edward Shils,estetik ,entelektüel ve ahlaki standartlara göre kültür seviyelerini kabaca üst (superior), orta (medicore) ve brütal olarak sınıflandırıyor. Üst kültür, ekonomik, sosyal, siyasal analizleri,felsefe,roman ve şiirde büyük eserleri ,bilimsel teori ve araştırmaları içeriyor. Orta düzey genellikle üst düzey kültür konularını kapsıyor ancak bu çalışmalar daha az orijinal ve üst düzey kültür çalışmalarıyla henüz bütünleşmemiş durumda .Brütal kültür ise konuların derinliğine inmeyen,incelikten yoksun kaba görüş ve yaklaşımları içeriyor.

İlkokuldan itibaren eğitim sistemi gençleri ekonomi politiğe uygun olarak kıran kırana bir yarışmanın içine sürükler. Fert kişiliğini yaşayamaz. Sürekli maddi değer ve kalıpların içinde yaşar. Böylece çocukluğundan vahşice bir yarışma modelinin gerçekleşmesine yönelir. Johan Huisinga, çağdaş insanın daha olgunlaşmamış çocukça yani erginlik çağının ruhi derecelerine uyan bir tarzda davrandığını ileri sürerek bunun en iyi belirtilerinin “bayağı eğlenceleri,büyük sansasyonlara ihtiyaç duyması,kitlesele resmi geçitleri ve sloganlar olan eğilimleri ,gerçek esprinin yokluğu,değersiz adi neşriyatın yayılışı, ölçüsüz nefret ve sevgi veya eleştiri ve övme parolaları gibi tezahürler olduğunu söyler.

Kitlelere yönelik bir araz olarak Puerilizmi (çocukcalık) dediği durum bu idi. Puerilizmin egemen olduğu bir toplumda weber’in kapitalizmin ruhu olarak gösterdiği protestan ahlak ve değerlerinin yavaş yavaş öldüğünü yerine, Keynes’in ifadesiyle “hayvani kapitalizmin ruhunun” hakim olduğunu görüyoruz³¹.

Gerçekten Huizinga’in Puerilizmi kitle kültürünün en veciz bir ifadesini ortaya koymaktadır.

³¹ a.g.e

D-KİTLE İNSANININ YÖNELİMLERİ

Kültürlü bir insanın entelektüel gelişmesini etkileyen edebiyat bilim ,sanat gibi eğitim programları klasik kültürü ya da elit kültürü oluşturmaktadır. Bu durumda ise kitle kültürü ya da elit kültürü oluşturmaktadır.

Bu durumda ise kitle kültürü abartılı hikayeler sıradan düşünceler,moda gibi konular içermektedir. Diğer bir deyişle bu kültür maddi kültür üstüne kurulu bir mutluluk kavramını macera,erotizm ve evliliğin güvenliğini bir araya getiren bir aşk kavramını,soyguncuların şiddete dayalı davranışlarını olduğu kadar,sempatik yıldızların başarılarını içeren bir yaşam tarzını ya da gençliğin diğerlerine ağırlık vererek zaman geçirmeye yönelik programları ortaya çıkarmaktadır.

Edgar Morin kitle kültürünün “kolektif hayal” diye nitelendirdiği mekanizmasını psikanaliz terimleriyle açıklıyor. Kitle kültürü tüketicisi;yansıtma ve özdeşleştirme yoluyla eğilimlerini tatmin edebilmektedir. Ekranlarda sık sık görülen ünlüler olağanüstü kişilikleri yansıtmaktadır.

III-KİTLE KÜLTÜRÜ -TOPLUMSAL DEĞİŞİM VE TV

A-KÜLTÜREL DEĞİŞİM

Çok geniş bir etki alanına sahip kitle iletişim araçlarının bir kültürel değişim yapıp yapmadığı sorulabilir. Değişik yollardan Lazarfeld, Scrham, Adorno ve Rosenberg ve diğer pek çok yazar radyo ve tv'nin ne yeni düşünce akımları ne de kültürel orjinallikler yaratamayacağını tam tersine, çoğunluğu memnun etme gerekliliğiyle sürekli orta düzeye çekilen değerler,düşünceler estetik,ahlaki ve sosyal temalar yansıtmakta olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Diğer bir deyişle geniş bir kısım üzerinde etkin olma durumu çok kişiyi memnun etme zorunluluğu ile durgun ve orta düzeyde bir kültürün ortaya çıkmasıyla ödenmiş olmaktadır.

Yayınlarını reklam gelirlerine bağlayan ticari ve rekabetçi tv sistemleri bu kaçınılmaz eğilimin en çarpıcı örneklerini vermektedir.Çünkü izleyici anketleriyle saptanan ,geniş kesimi

kendine çeken programlar finansman açısından daha rantabl gözükmetedir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal gelişiminde büyük bir yer tuttuğunu vurgulayan Prof.Dr.Ünsal Oskay”Kitle iletişimin tüm toplumsal iletişim süreçleriyle birlikte ele alınmasını ..yeni toplumsal yaşam biçiminde kitle iletişime düşen görevin belirlenmesini..Kitle iletişimin başat kültürü diğer alt kültürlerde belirli derecelerde geçerli kılma gücünün araştırılmasını ,insanın kitle iletişim sürecine katılımındaki hızlanmanın tesbitini ,kitle iletişimin kültürel işlevinin sadece kitle iletişim altyapısındaki teknolojik gelişmeyle ele alınmayıp,kültürün bu alandaki yer bulma uygunluğuna değinilmesini...ve özellikle Batı toplumlarının gelişme modelini uygulamaya çalışan ülkelerde toplumsal egemenliğin, kendisini kültürel düzenlemelerle donatmasının büyük önem taşıdığının vurgulanmasını”öneriyor.³²

B-KÜLTÜREL KİRLLENME

Kitle toplumu kuramcılarının tümü kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini olumsuzlamakla birlikte yaptıkları değerlendirmeler ve bu değerlendirmelerin felsefi ve ideolojik kaynakları bakımından birbirinden farklı iki yönsemeye ayrılırlar. İlk yönseme kitleselleşme sürecine Nietche, Le Bon, Ortegay Gasset gibi düşünürlerin “kitle” kavramına yönelik eleştirilerini paylaşarak bakan, sanayileşme ve teknolojik gelişmenin neden olduğu “kültürel kirlenmeden”rahatsız olan tutucu kuramcıların düşünceleriyle karakterize olmaktadır. Bu yönseme yüksek kültür “kitle kültürü” gibi yüksek düzlemdeki ikiliklerden, toplumsal ve siyasal düzlemdeki seçkin ve seçkin olmayan ikiliklerine kadar bu tür eşitsizliklerin devamını savunan değerlendirmeleri içerir. Kitle toplumuna yönelik eleştirilerin kaynağında da sanayi ve teknolojiye gelişmelerin kültürel ve toplumsal eşitsizlikleri kitle kültürü ve seçkin olamayanlar lehine sarsmakta oluşu daha açık deyişle bu eşitsizliklerin sınırlarını yüksek kültürün kirlenmesine neden olacak şekilde belirsizleştirmesi şeklinde yatmaktadır.Kitle

³² Prof. Dr. Ünsal OSKAY, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Der yy, İst

toplumu üyelerinin eğitim ve kültür düzeylerinin düşüklüğü, bunlara dayanan kitle kültürünün insanların beğenilerini asgari müşterek düzeyinde konumlayacak şekilde biçimlendirmesi böylelikle sıradanlığın , zihinsel rahatlığın , edilginliğin ve kaçışın özendirilmesi bu seçkin eleştirinin temel savlarını meydana getirmektedir³³.

C- KİTLE KÜLTÜRÜ TÜKETİMİ VE TV

Burada yada en azından bu anlamda Mc Luhan'ın formülünü tüketimin çözümlenmesinde temel bir çizgi olarak kabul etmek gerekir. Araç iletidir. (Medium is message) aracın ileti olması şu anlama gelir. Televizyon ve radyo araçlarının verdiği hakiki “ileti” kodu açılmış, bilinçsizce ve derin olarak tüketilen ileti, seslerin ve imgelerinin görünen içeriğini değil, bu araçların teknik özlerini bağlı olan ve gerçeği birbiri ardı sıra gelen ve birbirlerine eş değer olan göstergeler biçiminde çarpıtan zorlayıcı yapıdır. Ayrıca birde teknolojik atalet yasası gibi bir şey de vardır. Doğru belgeye ... ile naklen bağlantıya ne kadar yaklaşılsın, gerçek nedenli parlaklık, çekicilikle kovalanırsa tekniğin mükemmelleşmesiyle bağlantılı olarak gerçekte dünyanın kopması o denli derinleşir. Tv yada radyonun hakikati kendini o denli dayatır. Kitle iletişim araçlarının işlevi dünyanın yaşanan benzersiz ve olaysal karakterini yerine oldukları halleriyle birbirine türdeş bir birini anlamlandıran ve birbirlerine gönderme yapan bir araçlar evrenini geçirmek için nötr hale getirmektir. Aslında iletişim araçları karşılıklı olarak birbirlerinin içeriği haline gelir işte bu tüketim toplumunun totaliter iletisidir³⁴.

D - KİTLE KÜLTÜR YAYIMI VE TV

Radyo ve televizyon teknolojisi daha ilk bulunuş biçimlerinde bile kendilerini geliştiren tüketim toplumunun koşullarına uygun teknolojilerdir. Önceki sinema teknolojisi bir kopyayı birçok insanın görmesine olanak verirken ve daha da eski olan basın teknolojisi her ürünün tüketici tarafından satın alınmaması olanağını verirken radyo tv teknolojisi çok büyük bir tüketim olanağı yaratmaktadır. Her tüketiciye bir alıcı gerekmektedir. İleti artık önemli değildir. Böylece

³³ Doç. Dr. Erol MUTLU, Televizyonu Anlamak, Gündoğan yy, 1991, Ank.

³⁴ Jean BAOUDRİLLARD, Tüketim Toplumu, Ayrıntı yy, 1997, İst.

teknoloji içerikten ayrıştırılmıştır³⁵. Bunu ilk gündeme getiren Frankfurt okulu eliştirisindeki temel kavram kültür endüstrisidir. İleri kapitalist toplumlardaki kitle iletişim araçları birer kültür endüstrisi haline gelmişlerdir. Bunların ürettikleri kültür gerçek (yani otantik) değil, şeyleşmiş yapay bir kültürdür. Dolayısıyla kültür endüstrilerini yaydıkları kitle kültürünün özgün, kendiliğinden hiçbir yönü yoktur. Sanat özerkliğini yitirmiş, pazarlanabilir değiş tokuş edilebilir nitelikteki diğer tüketim mallarından farklılığı kalmamıştır. Sanat metalaşması kitle kültürünün sanatın en olumsuz negatif örneklerini bile içinde özümsemesine olanak vermiştir. Sonuçta sanatta kitle kültürüyle birlikte toplumsal hiyerarşiye itaatin gerekliliğini anlatır olmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DÜNYA VE TÜRKİYEDE ÖZEL TELEVİZYONCULUK

I - MEDYANIN TARİHCESİ

Medya tarihi çok geniş bir alanı kucaklar. Çağlar boyu toplumların kendileri ve öteki toplumlar hakkındaki tasavvurlarını ve oyundaki aktörlerin kişisel tasarıları doğrultusunda bu görüntüyü değiştirmek için harcadıkları çeşitli çabaları inceleme görevini üstlenerek araştırmanın tüm alanlarıyla kesişir ve insanların kamusal ve özel alandaki faaliyetlerinin çoğunu kapsar. İkinci dünya savaşından sonra demokratik atılımların artmasıyla birlikte televizyon yayıncılığı daha yaygın ve özgür bir ortama çekilmek istedi.

A- DÜNYADA ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

A-1- İNGİLTERE

Özel yayıncılık sistemi kurulmadan önce İngiltere de televizyon yayıncılığı bir kamu kuruluşu olan BBC tarafından yapılmaktaydı. BBC ilk televizyon yayınlarını 1936 tarihinde başlamıştır. BBC denince hemen akla gelen kamu hizmeti yayıncılığı kalite ve haberde güvenilirlik olmaktadır. Siyasi iktidar karşısında yayıncılığın bağımsız bir şekilde yapılmasını garanti eden “yöneticiler konseyi” 12 üyeden meydana gelmektedir. Dünyanın en köklü ve bağımsız televizyonu

³⁵ Doç. Dr. Ersan İLAL, İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum, Der yy, 1989, İst.

BBC aynı zamanda hiç reklam almayan bir kurum olarak tek örnektir. Son yıllarda hükümetle ilişkilerindeki gerginlik sonucu BBC hükümetin baskı yapmak amacıyla yıllık televizyon ruhsat ücretlerini düşük tutmasıyla mali sıkıntıya düşmüştür. Gelirleri arasında %90 oranında televizyon ruhsat vergisinin yanında %10'luk gelirini program ihracatı video kaset, dil öğrenme programları, dergi ve kitap satışları yayınlarından sağlayan BBC özel televizyonlarla yarışmak amacıyla 1964'te ikinci kanalını devreye sokmuştur. İngiltere de kurulan ilk özel televizyon Independent tv (bağımsız televizyon ITV) 1955 yılında yayın hayatına başlamıştır. Önceleri Londra ve çevresine yayın yapan ITV'nin yayınları, 1962 yılında bütün İngiltereyi kapsamaktaydı. ITV ile birlikte BBC tekel konumunu yitirirken İngiltere batıda hem kamu hizmeti hem de özel televizyon kanalının bir arada yayın yaptığı ilk ülke olmuştur. Yarı kamusal nitelik taşıyan ITV 14 bölgeye 15 bölgesel televizyon istasyonundan meydana gelmektedir. Gelirlerinin reklam yayınlarından sağlayan ITV'nin haber programlarının bu 15 istasyon tarafından finanse edilen bağımsız iki kardeş şirket üreterek yayına hazırlamaktadır. Bu ve benzeri özel televizyonlarını düzenlemek ve kontrol etmek amacıyla 1954 yılında “bağımsız televizyon otoritesi” (Independent Broadcasting Authority-IBA) kurulmuştur. IBA, BBC'yi denetleyen yöneticiler kurulu gibi 12 üyeden oluşmaktadır. İçişleri bakanı tarafından atanan kurulun temel işlevi program sunacak şirketleri belirlemek programları ve reklamları denetlemek verici istasyonlarının kurulmasını ve işletilmesini sağlamaktır. 1974 yılında kanal4 (channel four) için bir öneri sunan IBA 1980'lerde onbir kişiden oluşan bir danışma komitesi kurmuştur. Aralık 1980 tarihinde ise kanal 4 şirketinin yasal olması çalışmaları yapılmıştır. 4 kasım 1982 yılında ikinci özel kanal kanal 4 yayın hayatına başlamıştır. Kültürel belgesel programlar yayınlayarak ITV'nin tamamlayıcısı olarak düşünülen bu kanal, etnik ve kültürel azınlıklara, özürlülere yönelik yayın yapmaktadır. İngiltere de buna paralel olarak 1980'li yılların başında amerikan vatandaşı Avusturalyalı Ruphert Murdoch'hun %90'nına sahip olduğu Hollanda'dan yasadışı yayın yapan Sky television'in İngiltereye yönelik yayına başlamıştır. 1989 yılında kurulan yayın standart konseyi (BSC) televizyon yayınlarında basın konseyi görevini üstlenmektedir. Televizyon izleyicileri yayınlarda aşırı sex yada şiddet olayı görürse bu konuda konseyi uyarmaktadır.

Ancak merkezi denetimin sağlamak amacıyla kurulan konseyin yaptırım yetkisi bulunmamaktadır³⁶.

A-2- FRANSA

Laik liberal düşüncenin egemen olduğu Fransa yayıncılığın oluşumu anlamında farklı devirler yaşamıştır. Fransız televizyon yayıncılığı 1947, 1988 tarihleri arasında her iktidar değişikliğiyle geçirdiği yasal düzenlemeler sonucu bugün çoğulcu iletişim hakkının sağlandığı bir ortama kavuşmuştur. Fransa da televizyon yayınları 1940’ların sonunda başlamıştır. Fransız radyo-televizyon kurumu RTF tarafından başlatılan yayınlar 1959 yılında kurum tekeline alınmıştır. 1964 yılında yapılan yasal düzenlemelerle RTF, yerini Fransız radyo-televizyon ofisi (ORTF)’ne bırakmıştır. 1974’de ise yapılan yeni düzenlemelerde ORTF ortadan kaldırılıp birbirinden bağımsız farklı statüde 7 kuruluş oluşturulmuştur. Fransa da devlet tekeli 29 Temmuz 1982 tarihinde “ görsel, işitsel iletişim özgürdür”, “çoğulcu ve özgür görsel işitsel bir haktır” maddelerinin ilk sırada yer aldığı yasayla kaldırılmıştır. Cumhurbaşkanı, senato başkanı ve meclis başkanı tarafından atanan 9 üyeli bağımsız bir merkezi “yüksek otorite” (Haute Autorite) kurularak tüm görsel ve işitsel düzeyde yayınların bağımsızlığını garantiye almak hedeflenmiştir. Bu kanunun tanıdığı haklardan ve imkanlardan sonra kasım 1984’te havadan radyo dalgalarını kullanarak dünyada ilk kez şifreli yayın uygulaması başlatan Canal Plus’un devreye girdiği görülmüştür³⁷. 1985 yılında ise %25’i İtalyan medya patronu Berlusconi’ye ait olan La Cing adlı özel televizyon kanalı ile tv 6 adlı kanala yayın izni verilmiştir. 30 Eylül 1986’da radyo-televizyon yasası tekrar değiştirilerek “yüksek otorite”nin yerine “ulusal iletişim ve özgürlük komisyonu” (CNCL) kurulmuştur. Böylece CNCL kamuya yönelik her türlü görsel işitsel yayın faaliyetlerine izin verme yetkisine sahip tek kuruluş olmaktadır. 1986 yasasının getirdiği en önemli yenilik birinci kanal TF1’in özelleştirilmesi ve LA5 ile TV6’nin işletmecilerinin tekrar belirlenmesi olmuştur. 1987’de TF1 Bouygues grubuna 10 yıllığına

³⁶ Yrd. Doç. Hülya YENGİN, Ekranın Büyüsü, Der yy, 1994, İst.

³⁷ Uğur AYDIN, Fransada Televizyonda Özelleşme, İletişim Araştırma İLAD Bülteni, Mart 1992

kiralanmıştır. LA5 büyük basın grubu Hersant'ın italyan yayın grubu Berlusconi ile oluşturduğu gruba verilmiştir. TV6 ise ortaklarının arasında Lüksemburg televizyon şirketinin bulunduğu metropol tv'ye bırakılmıştır. 1987 yılında kurulan la sept kanalı ise kültür yayıncılığı amacıyla kurulmuştur.

A-3- İTALYA

İtalya da 1970'li yılların başına kadar radyo televizyon yayınları sermayesinin %95'ı devlete ait bir kamu iktisadi teşebbüsü olan RAI (Radio Audizion İtaliana) denetiminde gerçekleştirilmiştir. Fakat hiç bir yasal düzenleme olmadan özel televizyon yayınlarının başlamasıyla birlikte İtalyan anayasa mahkemesi, İtalyan anayasasının düşünce yayım özgürlüğünü tanıyan 21. Ve özel ekonomik girişim hakkını öngören 41. Maddelerine dayanarak 16 temmuz 1974 tarihli kararı ile devlet tekeline sadece ülke çapındaki yayınlarda mevcut olduğunu, bölgesel radyo ve televizyon yayınlarının tekel dışı bulunduğunu hükme bağlamıştır. Bunun sonucunda paket programlar tüm ülkeye yayılarak tv'ler ulusal hale getirilmiştir. Böylece radyo-televizyon yayınları alanında yasal düzenlemesini gerçekleştiren italyada bu gün artık üçü radyo yayını olmak üzere üç kamusal tv ve 2000 civarında özel radyo ve tv işletmesi yayın yapmaktadır. Bunlara RAI'nın üç radyo programı özel bölgesel tv programlarını ve özel radyo yayınlarını da eklemek gerekmektedir. İtalya da özel girişimcilik alanında bir tekelleşmede yaşanmıştır. Sayıları hızla artan özel televizyon istasyonları tek girişimcilerin elinde toplanmış radyo televizyon alanında yasal boşluklardan kaynaklanan bir kargaşa oluşmuştur. Özel televizyon yayıncılığında ki bu kargaşanın önlenmesi için 6 ağustos 1990 tarihinde "kamusal ve özel radyo-televizyon sistemi düzeni" kanunu çok tartışmalı bir ortamda kabul edilmiştir. Bu yasa ile hiç kimsenin 3 ten fazla televizyon istasyon kuramaması ve günlük gazete sahiplerinin televizyon istasyonu sahibi olmamaları kuralı getirilmiştir³⁸.

A-4- AMERİKA

³⁸ Mesut ÖNEN, İtalyada Radyo Televizyon Sistemleri, İLAD İletişim Araştırma Derneği Bülteni, 8 Mart 1992

Özel (ticari) televizyonların en gelişkin örnekleri Amerika da yaşanmaktadır. ABD’de 1950’lerin başında büyük şehirlerde eğitim amaçlı kamu televizyonu yayınlarına izin verilmiştir. Oysa ki ilk televizyon kurumları ikinci dünya savaşı sırasında ordaya çıkmış renkli televizyon yayınları da 1958 yılında başlatılmıştır. 1967 yılında amerikan kongresi tarafından çıkarılan bir yasayla kamu yayın birliği kurulmuştur. Kamuyu ilgilendiren her konuda program sağlamak amacıyla sosyal sorumluluğun yerine getirilmesi için kamu televizyon ağı oluşturulmuştur. Federal yasaya uygun olarak 1934 yılında oluşturulan federal iletişim komisyonu ise ABD başkanı tarafından senatonun onayıyla 7 yıllığına atanan 5 üyeden meydana gelmektedir. Avrupa'daki benzerlerinden daha fazla yetkilerle donatılan FCC, ABD deki tüm iletişim sistemlerini düzenler izler denetler ve gerektiğinde ceza uygular. Amerika da üç büyük televizyon yayın şebekesi American broadcasting System(CBS) bulunmaktadır. Bu en büyük üç yayın ağı, sırasıyla 8, 4, 7 istasyona sahip olmalarına karşı, üye istasyonlar aracılığıyla ABD yayın alanının tümünü kapsamaktadır. Şebekelere bağlı yerel istasyonlar, hizmet verdikleri konut sayısına göre saptanan belirli bir ücret karşılığında iki yıllık anşama yapmaktadır. Bağımsız yerel istasyonlar yerel reklamcılarının gereksinimlerini karşılamaktadır. Yayınların yüzde 70’i çeşitli şebekelerini programlarının yeniden gösteriminden, yüzde 30’u ise özgün yapımlardan oluşmaktadır. Yayın pazarının endüstriyel boyutları “üretici birlikleri” adı verilen bir program pazarının meydana gelmesine neden olmuştur. Tüm geliri reklam olan ticari televizyon izleyici oranını eğilimlerinin saptanması, farklı yayın saatlerindeki izleyici oranının ve tipinin belirlenmesi için sürekli araştırmalar yapmakta ve yeni sistemler geliştirmektedir. Bu araştırmaların verilerine göre yayın akışı, programların içeriği ve tipi belirlenmektedir. Gerçek anlamda bir televizyon ülkesi olan ABD’nde, liberal pazar ekonomisinin kurallarıyla işleyen televizyona yayıncılık sistemi, reklama bağlı ticari televizyon örneğini sergilemektedir. Bu kadar yaygın televizyon ağını besleme zorunluluğu televizyon programları üretiminde ABD’ni önemli bir güç haline getirmiştir. Kendine özgü pazarlama yöntemleri geliştiren ABD, ilk gösterim ve ikinci pazar uygulamalarıyla finansmanı sağlanan dizilerin ucuz fiyatlarla dünya televizyonlarını işgal etmesi

sağlanmıştır. Amerikan ticari televizyon kuruluşları dört temel üzerinde yükselmektedir. Yayın ağları (network) sistemin özünü meydana getirmektedir. En büyük yayın ağı ABC (American Broadcasting Company) NBC (National Broadcasting Company), CBS (Colombia Broadcastig Sistem) sırasıyla 8, 4 ve 7 istasyona sahip olmalarına karşı üye istasyonlar aracılığıyla görsel-işitsel alanın neredeyse tümünü kapsamaktadırlar bu aç ağı, ortalama 200 üye istasyonu bulunmaktadır. Bu sayı 1965 yılında 37 iken şimdi 300'e ulaşmıştır. Ülke çapında yayın yapan kuruluşların, bölgesel yayın yapması mümkün değildir. Bu nedenle yerel televizyonlar ABC, NBC, CBS gibi büyük kuruluşlarla anlaşarak paket programlar satın almaktadırlar. Böylece ülke çapında ek bir pazar oluşmaktadır. Yerel yayınların %70'ı çeşitli kuruluşların programlarının yeniden yayınlanmasından, %30'u ise özgün yayınlardan oluşmaktadır³⁹.

A-5- ALMANYA

Almanya'da her eyaletin bir yayın istasyonu vardır. Almanya ülkesinde yayın organları üzerinde tekel kurma hakkı yoktur. 1984 yılında Almanya'da "özerk kamu tüzel kişiliği" şeklinde çeşitli radyo televizyon kurumları kurulmuştur.

Almanya'da bağımsızlık ilkesine göre yayın yapan, çeşitli eyaletlere bağlı 9 tane radyo televizyon kuruluşu, 1961'de parlamento'dan geçen bir yasaya göre kurulan ARD yayın örgütüne bağlanmıştır. Bu kurum istasyonlar arası teknik, ekonomik ve hukuki dengeyi sağlamaktadır. ARD'nin genel müdürü'nü 9 istasyon kendi aralarında bir yıl için seçmektedirler bunun dışında yönetim kurulu ve danışma kurulları'da bulunmaktadır. Anayasa mahkemesi'nin devletin yayınları düzenleme yetkesinin bulunmadığını belirlemesi üzerine 1963 yılında 9 eyalet birleşik yayın şebekesi ZDF'yi kurmak üzere bir araya gelmiştir. ZDF bölge istasyonlarına hizmet veren merkez yayın şebekesidir. 1985 yılında yayınlar üzerindeki devlet tekeline son verilmiş özel işletmelere istasyon kurma izni verilmiştir. 1981 yılında federal anayasa mahkemesinin "televizyon yayını kimsenin tekeline değildir" kararını almasıyla birlikte özel televizyonlar kurulmuştur. Karara göre temel ilkeler başkentte kararlaştırmak üzere her eyalet

³⁹ Güneri CİVAOĞLU, Türkiye/ABD, Sabah Gazetesi, 14 Nisan 1993, İst

kendi politikasını kendisi belirlemektedir. Ve herkes bu kararlara uymak zorundadır. 1981 yılında toplam televizyon izleyicisinin %83'ü devlet televizyonundan izlerken bu oran 1982 yılında % 46.5'e düşmüştür⁴⁰.

II- TÜRKİYEDE ÖZEL TELEVİZYONCULUK GELİŞİMİ

II-A- DEVLET TEKELİ

Anayasa televizyon tekelini TRT'ye vermiş bulunurken iletişim teknolojisindeki gelişmeler, uydu yoluyla televizyon yayınlarının sınırlar ötesine yayılması TRT tekelini de zorlamıştır. TRT'nin yayını hazırlama ve yayma hizmetleri, ANAP hükümetinin 3517 sayılı yasayı kabulüyle yayın hakkını PTT'ye vermesiyle çanak antenlerle yabancı kaynaklı uydu yayınları evlerimize ulaşmış PTT'nin kablolu yayınlarıyla yaygınlaşmıştır. Uydu aracılığıyla ilk Türkçe televizyon yayın yaparak TRT'nin yayın tekelini fiilen delen Magic Box Star1 televizyon kanalı genel müdürü Tunca Toskay “hukuk dogma değildir. İhtiyaçlar zorladığı zaman kurallar ihtiyaçlara uyar yoksa ihtiyaçları kurallara uydurmayı uzun süre başaramazsınız. Uydudan yayın geliyorsa Avrupa'daki ülkelerin her birinde ortalama 13 program seyredilirken Türkiye'yi sizin bu yayınları kanunlarına aykırı seyreteceğim diye uzun süre direnmeniz mümkün değildir. Demektedir.”, “tekel fiilen kırılmıştır direnmenin anlamı yoktur” diyen prof. Dr. Niyazi Öktem, çanak antenler, uydu aracılığıyla gelen yabancı ve Türkçe televizyon yayınlarının sınırlı sayıda kişi tarafından izlenmesinin sosyal devlete fırsat eşitliğini zedeleyeceğini söylemektedir⁴¹.

II-A1 ÖZEL TELEVİZYON KANALLARININ ARTMASI

1992 yılında özel televizyon kanallarının artık yavaş yavaş arttığı görüldü. Özel yayıncılığın ilk temsilcisi 1992 yılında İnter star televizyonu iken bu durum daha sonra pek çok ulusal ölçekte yayın yapan kanalın ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Kanal 6, HBB, İnterstar,Teleon,Show Tv, TGRT Televizyonlarının yanı sıra bir uydu tele alış-veriş kanalı Kanal Market'te yayınına başlamıştır. Ayrıca bazı belediye vericileri yabancı yayınları aktarırken bazıları da söz

⁴⁰ Cumhuriyet Gazetesi, Devlet Tv'leri Rekabete Dayanmıyor. İst 13 Ekim 1993.

⁴¹ Niyazi ÖKTEM, TRT Tekeli Fiilen Yıkıldı, Panaroma Dergisi, Ağustos 1990, İst

gelimi İstanbul Belediyesi gibi Büyükşehir Belediyesi Radyo Televizyon (BRT) kurmuştur.

II-A2 ÖZEL TELEVİZYONLARIN DENETİMİ

Özel televizyonların yayın denetime tabi tutulmaması yayıncılık sermaye tekelleşme gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Rekabet ortamının artması ve özel televizyonların idari denetiminin yapılamaması ciddi bir sıkıntıyı beraberinde getirmiştir. 1993 yılında Türkiye’de yayın yapan televizyonların sayısı 250’ye ulaştığı belirtilmekteydi. Ayrıca Televizyonlardaki reklam pastasının artması çok ciddi bir denetim sorununu ortaya çıkarmıştır. Özel televizyonların yayın yapabilmesi için bir frekans tahsisi komisyonu oluşturularak televizyon yasasının yeniden belirlenmesine çalışılmıştır. Teknolojinin gerisinde kalan hukuk kurallarının değiştirilmesi amacıyla yayındaki tekeli belirleyen Türkiye Cumhuriyeti anayasasının 133. Maddesi gündeme getirmiştir. 1993 tarihinde bu yasanın değiştirilmesi doğrultusunda Mecliste grubu bulunan partilerden Anap, DYP ve SHP Milletvekillerinden 280’nin değişiklik yönünde oy kullanmasıyla bu yasanın gündeme alınması kabul edilmiştir. Fakat bu öneri Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın ölümüyle görüşülememiştir. Anayasanın 175. maddesine göre anayasanın herhangi bir maddesi konusunda yapılacak değişiklik için TBMM’ye gelen yasa önerileri genel kurulda sadece iki defa görüşülmekteydi. TBMM Genel Kurulunda 5 Temmuz 1993 tarihinde ikinci kez ele alınan anayasanın 133.maddesinin değişikliği 50 red oyuna karşılık 313 evet oyuyla kabul edilmiştir. Böylece radyo ve televizyon yayınları üzerindeki devlet tekeli kalkmıştır⁴².

II-A3 AVRUPA SINIR ÖTESİ YAYIN SÖZLEŞMESİ

4 Kasım 1993 tarihinde TBMM genel Kurulunda Radyo ve Televizyon yayınlarında uyulması gereken Avrupa Sınır Ötesi Yayın Sözleşmesi kabul edilmiştir. Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine Türkiye’nin taraf olmasıyla Televizyon yayıncılığında yeni bir döneme adım atılmıştır.

⁴² Cumhuriyet gazetesi Radyolar artık özgür, 9 Temmuz 1993 ist.

II-A4 RADYO VE TELEVİZYON YASASININ KABULÜ

TBMM’de grubu bulunan siyasi parti temsilcileri bir radyo televizyon alt komisyonu oluşturdular. Bu komisyon bir radyo televizyon üst kurulu oluşturulması yönünde görüş belirtmiştir. Yasa önerisinin getirdiği düzenlemeye göre oluşturulacak bu üst kurul 5 iktidar 4’ü muhalefet partilerinin göstereceği adaylardan oluşacaktı. Üst kurul basın yayın iletişim ve teknolojisi kültür, din, eğitim konularında uzman kişilerin yer almasını ön görüyordu. Kanundaki önemli değişiklikle RTYK meydana getiren 12 üyeden 3’ü Cumhurbaşkanı tarafından doğrudan atanırken, bakanlar kurulunca atanan birisi basın mensubu olmak üzere eğitim ve iktisat alanlarından 3 üye MGK’dan atanacak 1 üye YÖK kurulunca Elektronik ve Hukuk bilimleri alanlarında aday gösterilecek dört aday içinden Cumhurbaşkanınca seçilecek iki üye Atatürk Kültür ve Dil Tarih kurulunca önerilecek kültür ve sanat dallarında 6 aday içinden Cumhurbaşkanı tarafından seçilecek 3 üye arasından kurulun başkanı Cumhurbaşkanınca seçilmektedir. Kurul üyelerinin Siyasi partilere üye olmaları yasaktır.

II.B TÜRKİYE’DE ÖZEL TELEVİZYONLAR

B1- MAGIC BOX & STAR 1

Türkiye’nin ilk özel televizyon yayınlarını bir korsan kanal olarak Star 1, Magic box gerçekleştirmiştir. Rumeli Holding sahipleri Kemal ve oğlu Cem Uzan’ın Federal Almanya’dan Türkiye’ye yönelik yayın yapmak amacıyla iki kanal kiraladıkları ve Türkiye’deki yasal boşluğu değerlendireceği biliniyordu. Magic box, Star 1 kanalı 7 mayıs 1990 tarihinde günde 5 saatlik bir yayımla Türk izleyicisinin karşısına çıktı. TRT eski Genel Müdürü Tunca Toskay’ın yönetim kurul başkanlığını Magic Box’ın genel müdürü ise TRT Televizyon Dairesi eski Başkanı Mehmet Akköprülü’ydü. Şirkete 1990 yılı 19 Aralık’ında ortak olarak Ahmet Özal’da alınmıştır. 25 Mart 1991 Tarihinde ise Tunca Toskay’ın siyasete atılacağını söyleyerek istifa

etmesiyle Magic Box'ta bütün yetkiler Yekta Okur'a verildi. Magic Box TRT ile rekabet eden bir kanal olarak çeşitli transferleriyle bu alanda da önemli bir ilke imza attı. 1990-91 sezonunda başta Fenerbahçe ve Beşiktaş olmak üzere 11 klüple yaptığı anlaşmayla da naklen maç yayınlama hakkını ilk kez TRT'den bir başka kurumun aldığını da göstermiş oluyordu.

B2- TELEON

Anavatan partisinin iktidardan düşmesiyle Cem Uzan ve Ahmet Özal arasındaki kavga sonucu yeni bir televizyon kanalı özel televizyon ailesine katılıyordu. Teleon 27 ocak 1992 tarihinde yayın hayatına başladı. Kaliteli filmlerin ve bol dış kaynaklı müziğin yer alacağı bu kanalın Genel Müdürlüğünü Serpil Akkılıçoğlu yapıyordu. Star 1 yayınlarını uydu anteniyle izleyenlerin antenlerine INB diye adlandırılan cihazı ekleyerek Teleon yayınlarını izleyebilecekleri belirtiliyordu.

B3- SHOW TV

Bankacı Erol Aksoy tarafından SHOW TIME adıyla kurulan televizyon kanalının ABD'de buna benzer bir kuruluş olması nedeniyle adı Show Tv olarak değiştirilmiştir. Erol Aksoy tarafından Fransa'dan kiralanan bir uydu aracılığıyla yapacağı yayınların gerçekleşmesi amacıyla Show tv'nin bağlı olduğu AKS tv reklamcılık ve filmcilik sanayii Gazete ilanları ile eleman arıyordu. Show TV hazırlıkları 1991 yılını aralık ayında Hürriyet ve Sabah gazetelerinin özel televizyon yayıncılığına yönelik çalışmalarının birleşmesiyle yeni bir boyut kazandı. Hürriyetin Ulusal Radyo Televizyon(URT) ile ortak kurduğu özel TV kanalı ile Sabah Gazetesinin İmaj TV ile ortaklık yaptığı SATEL özel TV kanalı Birleşik İletişim radyo ve Televizyon yapım Anonim Şirketi adı altında birleşti. Hürriyet ve Sabah Grubunun % 20'serden olmak üzere toplam 40 hissesinin bulunduğu Show TV'yi % 50'den fazlasına Erol Aksoy'un yanı sıra işadamı Ahmet Ertegün Profilo ve Grundig gruplarının küçük hisseleri bulunmaktadır. Show TV'nin genel Müdürlüğünü yapan Nuri Çolakoğlu ile Yayın danışmanlığını yürüten Güneri Cıvaoğlu yine görevlerini sürdürürken SATEL,İMAJ TV; ULUSAL VIDEO ile işbirliğinin

devam edeceği de açıklanmaktaydı.sermayesi 36 Milyon ABD doları olarak belirlenen SHOW TV TRT ve uydu aracılığıyla seyredilen yabancı televizyonların Türk izleyicilerini tatmin etmediği gerçeğinden yola çıkarak Türkiye'nin en iyi yayıncılarını bünyesinde toplamayı hedeflemiştir. Hürriyet kanadından Uğur Dündar, TRT7den 32.Gün programını gerçekleştiren M.Ali Birand, Can Okanar ile yaptırdığı Kamuoyu araştırmalarıyla en fazla tutulan yüz olarak belirlenen Hülya Avşar ile komedyen Zeki Alasya - Metin Akpınar ikilisini kadrosuna dahil etmiştir. Sabah grubuna bağlı ve uzun süredir Televizyon haberciliği konusunda atak yapan Aktüel dergisi kadrosundan Show TV için program yapacağı belirtilirken yerinden hızlı görüntülü ve doğru habercilik,haberlerde tam tarafsızlık yorumlarda en yetkili isimlerden yararlanmak etkili ve kalıcı dökümanter hazırlamak ilkelerini geliştiren Show Tv'nini ana haber bültenin altı dakika ile sınırlı olduğu dikkat çekmekteydi. Haber spikerinin de yer almadığı haber sunuşunda kısa ve çarpıcı görüntülerin seslendirildiği haberciliğe dinamizin kazandıracak farklı bir habercilik anlayışının egemen olacağını söyleyen Hürriyet gazetesi yayın yönetmeni ve BRT yönetim kurulu üyesi Ertuğrul Özkök stüdyo yerine ağırlıklı olarak haber konusu olaylarını geçtiği yerlerden haber show olmaksızın Muhabirlerin sürekli olarak gelişmeleri aktaran Batıda uygulanan “Anchormen”Habercilik anlayışının benimsediklerinin belirtmekteydi⁴³.

Yayınlarında yabancı ve yerli filmlere, komedi ağırlıklı yapımlara ağırlık veren Show tv kurucusu Erol Aksoy “Türkiye’de ilk defa biz ‘kırmızı nokta’ mefhumunu çıkardık. Bunu sorumlu televizyonculuk olarak gördük. Yayını poşete koyunca daha enterasan oluyor. Şiddet içeren filmlere de kırmızı nokta kullanıyoruz. Kişiye tercih hakkını vermek en büyük medeniyettir” demektir. 1 Mart 1992 tarihinde 24 saatlik düzenli yayınlarına başlayan Show Tv, hedef kitlesinin gençler ve kendini genç hisseden her yaştaki insan olacağını, öncelikle 23 milyon izleyiciye ulaşmayı amaçlamaktadır. Show Tv'nin televizyon yayıncılığına getirdiği diğer bir diğer yenilik Amerikan yapımı “Whelle of Fortune” dan uyarlanan “Çarkıfelek” adlı ödüllü yarışma olmaktadır. “Dünyanın en çok kazandıran en çok

⁴³ Hakan Türkkuşu Özel TV’lerde dev koalisyon Ekonomist dergisi aralık 1991

izlenen” programı diye lanse edilen Çarkıfelek her gün Show tv’de yayınlanmaktadır. TRT’den Namık Kasapbaşoğlu, İlker Yasin gibi isimleri kadrosuna katan Show tv, Rüstem Batum ve Ferhan Şensoy’u da kadrosuna aldı. Ayrıca Türkiye’de pazarlama konusunun öncelerinden Vedat Sertoğlu da Genel Müdür danışmanı ve yeni kurulan pazarlama şirketinin genel müdürü olarak görevlendirildi. Özellikle ekranda izlenme oranları yüksek olan yeri filmlere yönelen Show tv, yeni vizyona giren filmlere yaptığı yatırımların yanında “talk Show” türü programlar ile, dünyanın büyük müzik kanalı MTV ile anlaşma yaptı. Star 1’in anlaşması olduğu Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor’un maç naklen yayın haklarını almak için girişimde bulunan Show tv, Star 1 İnterstar olarak değişmesinden sonra, yayın sözleşmesini, mali yükümlülüklerini yerine getirmediği gerekçesiyle Galatasaray kulübü ile bir sözleşme gerçekleştirmektedir. Fenerbahçe spor Kulübü yöneticileriyle de sözleşme imzalayan Show tv aleyhine İnterstar İstanbul 2. Asliye Ticaret Mahkemesi’nde 120 milyon liralık dava açılmıştır. Türkiye Jokey kulübü ile yaptığı anlaşma gereği at yarışlarını da yayınlamaktadır.

B.3 CİNE 5

1993 yılının Mart ayında deneme yayınına başlayan Cine 5, Show tv’nin “şifreli televizyon kanalı” olmaktadır. Yalnızca film yayını yapan Cine5, Türkiye’de ilk paralı televizyon kanalı olmuştur.

B.4 ATV

SATEL şirketler grubu bünyesinde kurulan atv 12 Temmuz 1993 tarihinde yayına başlamıştır. Öncelikle 18:30-24:00 saatleri arasında yayın yapan atv, tam gün yayınına Eylül ayında geçmiştir. Amerikan televizyonlarının program akışını temel aldığı belirtilen atv’nin programları diziler, yarışmalar, filmler, haberler ya saat başı yada yarım saatte bir başlamaktadır. Reklam kesintileri ise 2 dakika ile sınırlı kalmakta idi.

B.5 KANAL D

Milliyet Gazetesi'nin sahibi Aydın Doğan tarafından kurulan Kanal d 19 aralık 1993 tarihinde yayına başlamıştır. Kanal d, atv gibi yeni bir televizyon kanalı olmasına rağmen, ilgiyle izlenilmektedir.

B.6 KANAL 6

Cem Uzan'la birlikte kurdukları Star 1 ortaklığından dışlanmasından sonra Ahmet Özal televizyon yayıncılığı konusunda Fransa ve Almanya'da yoğun temaslarda bulundu. Bu çalışmaları sırasında Türkiye'ye uydu ile yapacağı yayınlar hakkında başbakan Süleyman Demirel'le görüşen Özal'a olumlu yanıt verildiği öğrenildi. Ahmet Özal'ın İngiltere'den yayın yapacağı kesinlik kazandıktan sonra kurduğu 4 şirkette gerçek ortaklar arasında yer almadığı dikkat çekiyordu. Ahmet Özal'ın yeni şirketlerde, Satar 1'le olan hukuki sorunlarını çözmeden yer almak istemediği, bu sorunların çözülmesinden sonra, sermaye arttırımıyla gerçek ortak olması bekleniyordu. Ahmet Özal'ın kurdukları şirketlerde yakın arkadaşlarını ortak gösterdiği, Artı Yayıncılık ve Filmcilik, Artı televizyon ve Pazarlama, artı filmcilik Prodüksiyon Sanayii ve Artı Televizyon Haber Ajansı adı altında kurulan 4 anonim şirkette aynı kişilerin ortak olduğu belirlenmektedir. İlk 3 şirketin sermayesi 1'er milyar, direri de 100 milyon lira olarak gösterilmektedir. Ortaklar arasında Çukurova Holding'in sahibi Mehmet Emin Karamahmet ve Finansbank sahibi Hüsnü Özyeğin'in adı geçmektedir. Aralarında askerlik arkadaşı ve star 1 ile ihtilafından sahte olduğu öne sürülen 20 milyarlık çeki tahsile veren gümrük komisyoncusu Turgay Aksoylu'nun da bulunduğu ortakların, Turgay Aksoylu, Ufuk Özen, M. Turan Akköprülü, Kerim Tuncer Aksoylu, Tuncer Görsel ve Mehmet Tevfik metin olduğu kaydedilmektedir.

Kanal 6'nın şirketlerinde muteber adam olarak aynı zamanda Nurol Holding sahiplerinden Çarmıklı ailesinin de bacanağı Turgay Aksoylu görülmektedir. Yönetim kurulu Başkanı Aksoylu, hisselerin %50'sine, Ahmet Özal'ın Amerika'da eğitim gören yakın arkadaşı ve

kanal 6 Genel Koordinatörü Ufuk Özen de yüzde 49'una sahip olmaktadır. Geri kalan yüzde 1 hisse de 3 ortak arasında bölünmektedir. Bu arada Aksoylu ailesinden Kerim Tuncer Aksoylu, Haluk Tuncay Aksoylu ve Serkan Aksoylu, Tacettin Şükrü Yücedere ve Ayata Yılmaz Ekmekçi'yle, Atlas İletişim Radyo ve Televizyon Habercilik Hizmetleri A.Ş.'ni kurdular. Kanal 6, Star 1'den önemli kopmalara neden olurken, aralarında iki genel müdür yardımcısının bulunduğu yaklaşık 50 kişinin Star 1'den ayrıldığı belirtilmektedir. Satar 1'in iki genel müdür yardımcısı Ekrem Çatay ve Adem Gürses ile eğlence programları yapımcıları Kahraman Afyonluoğlu, Erdoğan Ergezen'in yanı sıra montaj teknisyenlerinin bir bölümünün kuruluştan ayrıldığı saptanmaktadır. İnterstar, Teleon ve Show tv'den sonra Türkiye'nin dördüncü özel televizyonu olan kanal 6 daha test yayınına bile başlamadan Kazakistan'ın ilk ve tek özel televizyonu Almaata'daki "Tan tv" ile ortaklık kurarak Kazakistan, ve Türkiye başta olmak üzere Kırgızistan, Türkmenistan ve Özbekistan'daki toplam 100 milyon Türk yayınlarını ulaştırmayı hedefliyordu. 17 Eylül 1992 tarihinde İstanbul'da gerçekleşen ortaklık anlaşması, Tan'ın başkanı leyla K. Beketova ile Kanal 6 yönetim kurulu Başkanı Turgay Aksoylu ve Genel Koordinatör Mehmet Turan Akköprülü imzaladı.

8 Ağustos 1992 tarihinde test yayınlarına başlayan kanal 6, 4 Ekim 1992'de ise resmen yayın hayatına girdi. Ahmet Özal'ın prasal kaynakları arasında, halen petrol işi yapan amcası Korkut Özal'ın bulunduğu Kanal 6'nın, cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın yeni parti kurmak ya da ANAP'ın başına dönmek gibi alternatifleri değerlendirirken, büyük önem taşıdığı belirtilmekteydi. American Home Sigortanın Kanal 6 ile yaptığı işbirliğiyle bir ay içinde 60 bin kişiye ferdi kaza sigortası yapılmıştır. Yalnızca "imaj" için televizyonda farklı bir uygulama başlatan Kanal 6'nın yayıncılık anlayışı ise daha çok yerli dizi ve filmlere ağırlık vermek oldu.

B-7 HBB(HAS BİLGİ BİRİKİM)

Almanya dan uydu kiralayarak yayın yapmayı planlayan Has tv,1992 yılının şubat yayında ilk etapta İstanbul, Kayseri, Ankara, İzmir, Adana, Elazığ illerine yerleştirdikleri yansıtıcıları ile çalışmalarına başlamaktadır. Has Holding Grubunun gerçekleştirdi

ği Hast Tv nin Genel Koordinatörlüğüne Bülent Öztürkmen getirilirken dengeli bir yayın politikası izleyeceklerini belirttiler. Has Bilgi Birikim Tv, programlarında habercilikte tarafsızlık ilkesini ön plana alacaklarını, bazı televizyonlardaki gibi “günün yorumu” bölümlerine yer vermeyeceklerini, porno yayın yapmayacaklarını açıklamıştır.

Ayrıca Türkiye de ilk stereo yayın yapan televizyon kanalı olduğunu iddia eden HBB,içeriklerinde solo konserler yarışmalar,kadın programları,sabah programları ve dizilerin yer alacağı programları hazırlayıp sunmayı hedefliyordu.

9ekim 1992 tarihinde yayın hayatına başlayan HBB haber sorumlusu Esen Ünür, program sorumlusu Uğurk Erkir, Ankara büro Ertan Karasu, Sedat Yazıcıoğlu, Bülent Erandaç, Haber spikeri Zafer Kiraz ,Nermin Tuğuşlu, anons spikeri Jülide Kiraz, spor Hüsnü Çil'i transfer etti.

Programlarında mecliste bulunan bütün siyasi partilere her ay 10‘ar dakikalık serbest konuşma hakkı veren “Serbest Kürsü”her hafta günü camilerden naklen hutbe yayını gibi yenilikler getirmeyi amaçlıyordu.⁴⁴

⁴⁴Yrd.Doç.Hülya Yengin,Ekranın Büyüsü,Der yy,1994,İst.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TÜRK ÖZEL TELEVİZYONLARINDA KÜLTÜR YAYINCILIĞI

I-TELEVİZYON YAYINCILIĞI VE KÜLTÜR

Ülkemizde yaygınlaşan özel televizyonlara yöneltilen en büyük eleştiri eğitim ve kültür ağırlıklı programların eksikliği olmaktadır.

Kimi bilim adamlarına ve filozoflara göre zaten televizyonlarda yayınlanan programların kültürel işlevi yerine getirmesi çok güçtür. Özel tv kuruluşlarında “bilginin, kamu televizyonlarına oranla tüm yönleriyle objektif” olarak verilebileceği söylenebilirse de geniş bir kesimi kazanabilmek için “demagojiye” kaymaları daha muhtemeldir. Kamu televizyonlarında bilinçli bir kültürel politika izleyebilme imkanına karşın hükümetlerin elinde bu imkan yok olmaktadır. Bu nedenle neden televizyonların kültüre yeterince ağırlık vermediği eleştirisi ile karşılaştıklarını televizyon yönetici ve yapımcıları tarafından öğrenmek istedik.

I - A- TELEVİZYON VE KÜLTÜR

Televizyonun gerçekten hiç bir zaman kültürel yayın yapamayacağını iddia eden karamsar-negatif düşüncede filozoflar bulunmaktadır. Kimilerine göre her ne kadar tartışılabilir de olsa televizyon Christopher Anderson’un dediği deyimle “bir kültürel çöplüktür. Bu nitelme son derece önemlidir. Çünkü bu benzetme televizyonun heterojen, karmaşık, iç içe geçmiş, çok metinli ve daha da önemlisi post-modern yapısını çok iyi yansıtmaktadır. Bir kültürel ve sanatsal dışavurum formu olarak televizyonun kendisi hiç bir sanatsal metni özgün olmadığını tüm öykülerin, diğer öykülerin kıyısından köşesinden şurasından burasından esinlenilerek bir araya getirilerek oluşturulduğunu kanıtlamaktadır⁴⁵. Kültür deyince sadece plastik sanatlar ve edebiyatın anlaşılmaması gerektiğini daha önce ki bölümlerde belirtmiştik. O nedenle sosyal-siyasal ve benzeri bazı etkinliklerin ve eserlerin (temaların) konu edildiği (işlendiği) programlarda entellektüel bir boyut taşıyabilir ve kültür tanımı içersine geniş bir yaklaşımla dahil edilebilir.

⁴⁵ Yusuf KAPLAN, Televizyon, Ağaç yy, 1992, İst

I-B- KÜLTÜR PROGRAMLARI VE KANAL POLİTİKALARI

Türkiye’de ulusal yayın yapan kanalların ulaşabildiğimiz bir kısmına kültür yayınları noktasından baklaya çalıştık. Bu arada kamusal yayın yapan TRT’yi hariç tuttuk. Özellikle 1997-98 yayın dönemine ait veriler baz alındı. Şu an frekans tahsis edilmiş ve yasal yayını sürdüren ulusal ölçekte 20’yi aşkın özel tv kanalı mevcut gözükmektedir. Bu kanallardan kimileri kuruluşlarında bu anlamda kültürel yayın mevcut olmadığını söyleyerek bilgi verme imkanlarının olmadığını belirttiler. Kimi kanallardan ise bu hasta sağlıklı ve derli toplu bilgi alma imkanı olmadı. Yapılan incelemelerde kanalların yayın politikalarını belirlerken daha çok ticari ve kar getirici programları önemedikleri ve öncelik tanıdıkları anlaşılıyor. Ayrıca zaten daha sonrada değinileceği üzere bu tür yayınların RTÜK’ün getirdiği yasal bir zorunluluk sonucu (günlük %5) mecburen ve kerhen yayınladığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Şimdi ulaşabildiğimiz kanal verilerine ve yönetici görüşlerine göre nasıl bir kültür politikasının genel olarak özel tv kanallarında mevcut olduğu anlaşılacaktır.

1.Kanal E:

Kendisini bir ekonomi ve haber kanalı olarak tanımlayan kanal e ulusal ölçekteki yayını İstanbul’dan sürdürüyor. Kanal E’nin yayın yönetmenliğini Mustafa Mutlu, program müdürlüğünü ise Sürer Çine yapıyor. Kanal E’de program olarak “kültür” formatlı iki isim göze çarpıyor. Bunlardan ilki “sinemaskop” programı. Yapımcılığını ve yönetmenliğini Ali Öztürk’ün yaptığı programa vizyondaki filmler, kamera arkası görüntüleri ve sinema kitapları gibi köşelerden oluşuyor.

Yayın saati ise her pazar 21:05 olarak gözükmekte. Diğer bir müstakil kültür programı olan “Ekin Rüzgarı” adlı programı ise İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nükhet Güz hazırlayıp sunuyor. Program içeriğinde tiyatro oyunları sergiler, konserler ve benzeri etkinlikler yayın konukları alınarak aktarılıyor. Bu programın yayın saati ise her pazar 13:35. Ayrıca kanal E bir kuşak etkinliği olarak her gün 5 dakikalık bir süreden oluşan “kitaplık” adlı yayınında 10 kitabın (best seller) tanıtıldığı bir bölüm

de ekrana geliyor. Kanal E televizyonunun son bir yıldır ulusal ölçekte yayın yaptığını biliyoruz. Televizyonların yayın akışlarını belirleyen çizelgeler (Prototip) incelendiğinde ve kanal E adına Mayıs ayı prototipine baktığımızda “kültür” ağırlıklı programların bu akış içerisinde ağırlıklı bir yer tuttuğunu görebiliyoruz. Haftalık yayın saati olarak 45 dakikalık “Ekin Rüzgarı”, 30 dakikalık “sinemaskop” ve her gün yayınlanan 10 dakikalık (5x2) “Kitaplık” bölümüyle birlikte kanal E’de haftalık 145 dakikalık bir kültür yayını gerçekleştiriliyor.

Televizyonun kültür politikasını anlamak bakımından program yöneticisi sayın Sürer Çine ile bir anket söyleşi yapılmıştır. Daha sonraki bölümlerde değerlendirilecek olan bu söyleşi ilişkide yer almaktadır. Söyleşinin en son verileri yansıtabilmesi bakımından Haziran 1998 tarihinde yapıldığını belirtmemiz gerekmektedir.

Soru 1: Kültür programı deyince ne anlıyorsunuz ?

S.Çine: Kültür programları deyince ben ille de dar kalıplarla topluma yönelik kültür programları yapılmaması gerektiğini düşünmek olarak anlıyorum. Bence toplumun seviyesini bulunduğu yerden bir kademecik dahi olsa artıran programlardır.

S.2: Türkiye'deki özel televizyonlarda bu anlamda yeterince "kültür ağırlıklı"programlar yayınlanıyor mu?

S.Çine: Kesinlikle hayır. Böyle programların var olmadığını önümüzdeki televizyonlardan anlamamız mümkün.

S.3: Sizin kanalınızın kültür politikasını nasıl özetleyebilirsiniz?

S.Çine: Bir defa ben burada çok yeniyim. Ama seyircimizin diğer kanallara nazaran a 1 dediğimiz seyirci türünden olduğundan ötürü bizden belli saatlerde belli şeyleri istiyorlar. Bizde elimizden geldiğince yayınlıyoruz. Ama ücret politikaları nedeniyle dış kaynaklı yapımlara ağırlık vermek zorunda kalıyoruz.

S.4: Halkın kültür programlarına ağırlık verilmesi konusunda yoğun ilgisi oluyor mu yoksa yeterince duyarlı değil mi?

S.Çine: Maalesef yeterince ilgili degiller ve ne acıdır ki yeterince duyarlılık yok.

S.5: Türkiye de özel tv'ler kendi sorumluluklarının bilincine vararak mı kültür programları yayınlıyor,yoksa devlet yaptırımları mı etkili?

S.Çine: Tabi ki devlet yaptırımları nedeniyle yayınlıyorlar. Kendi sorumluluk bilinciyle bunu yaptığını söyleyen kişi günlük yayın politikasının en az beş saatini buna ayırmak zorunda. Ama tabi kanalların yaptığı gibi gece sabaha karşı olmamak kaydıyla.

S.6: Bu tür programların yankı bulduğuna ya da kamuoyuna olgun katkılar sağladığına inanıyor musunuz?

S.Çine: Yapılırsa evet. Buna inanıyorum. Ama ben gerçek anlamda bu tür programlar yapılmadığına inanıyorum.

S.7: Genelde kültür programları ticari kazanç ve reyting getirmiyor gibi bir yaygın kanı var. Neler söylemek istersiniz?

S.Çine: Doğru, genellikle ne reyting ne de para getiriyor. Zaten o yüzden yapılmıyor. O yüzden Türkiye toplumunun düzeyi belli bir yerde olsa bu tür programlar kazanç ve reyting getireceğinden buna bağlı olarak sayısı artabilir.

S.8: Bu tür kültür formatlı program örneklerini ve yayın saatlerini incelediğimizde gelişmiş Batı televizyonlarıyla nasıl bir karşılaştırma yapabilirsiniz?

S.Çine: Bu sorunuza ben de kültür programı yapıyor mu sorusuyla karşılık veririm. Ama diğer ülkeler kendi kültürleri o denli kemikleşmiş olduğundan bir başka kültürden etkilenmeyeceğini biliyorlar. Ve çok rahat hakikaten toplumu aydınlatmak için bu tür programlara ağırlık veriyorlar. Söz gelimi Amerikan sineması Fransız sinemasına sıcak bakıyor, seyrediyor, önyargılı değil. Türk filmlerinin Amerika'da Türkiye'den daha fazla seyredildiğini biliyor musunuz? Sonuç itibarıyla hayır.

S.9: Kültür programlarınızı ya da bölümlerinizi yayınlarken izleyiciden ne gibi tepkiler ve yönlendirmeler alıyorsunuz?

S.Çine: İzleyicilerimizden özellikle içerik konusunda olumlu tepkiler ve yönlendirmeler alıyoruz.

2.SAMANYOLU TV:

1993 yılında kurulan Samanyolu tv, yayını İstanbul Çamlıca'dan sürdürmektedir. Türksat 1/ B uydusundan yayın yapan televizyon dört bölgeden aynı anda canlı yayın yapıyor. Yayınları Orta Asya ve Avrupa ülkeleri tarafından izlenebiliyor. Genel olarak bakıldığında kanalın kültürel ağırlıklı programlarının belirgin bir biçimde yer aldığını görüyoruz. Program müdürlüğünü Rıdvan Kızıltepe,yayın yönetmenliğini Abdullah Bağ,program danışmanlığını F.Vural yürütüyor. Televizyonun en son olarak yayınladığı Haziran ayı yayın akışını (prototip) baktığımızda kültür yayınlarının dağıtılarak diğer programların içerisinde seyirciye sunulduğunu görüyoruz. Kanalda 1996-97 yılları arasında yapımcılığını Orhan Oğuz'un yönetmenliğini Veysel Yapar'ın üstlendiği elli üç bölümlük,kırk dakikalık "Kitapların Dünyası" adlı müstakil bir kültür programının yer aldığını görüyoruz. Ayrıca yine aynı dönem içerisinde plastik sanatlar ve müzik ağırlıklı bir sanat programı olan "Mavi Çizgi"nin otuzar dakikalık on beş günlük periyotlarla,otuz bölüm olarak yayınlandığını aktarmak mümkündür. Halen yayınlanan kültür sanat ağırlıklı bir haber magazin programı ise yedi gün yedi satır adını taşıyor. Işıl Alatlı'nın sunduğu program Cumartesi-Pazar sabahları 08.30- 10-30 saatleri arasında bir yıldır canlı olarak yayınlanmaktadır. Programda haftanın kitapları,dergileri ve sinema bölümleri olduğu gibi canlı yayın konuklarıyla kültür sanat ağırlık bir formatla izleyicisiyle buluşuyor. Bağımsız bir kültür programı olarak kabul edebileceğimiz,sinema kategorisine giren Gümüş Perde adlı program ise Sururi Ballıdağ yönetiminde her Perşembe yayına giriyor. Entelektüel tartışma programı kategorisinde sunulan Açık Görüş programı ise gazeteci Ali Bayramoğlu, Etyen Mahçupyan ve Kürşat Bumin tarafından Perşembe 22.30 da haftalık olarak sunuluyor.

Bu programda siyasal ve sosyal konuların dışında kültürel temalarında işlendiği görülüyor. Bazı başlıklar sunmak gerekirse Türk resminin serüveni, Türk sinemasına bakış, Orhan Pamuk'la Türk romanı zikredilebilir.

Sonuçta kanalın haftalık yayın prototipine baktığımızda yedi gün yedi satır 120 dakika,Gümüş Perde 45 dakika ve Cumhuriyet devri şiirlerinden örneklerin sunulduğu Nedret Selçukerin sunuculuğundaki

Cumhuriyet Şiirleri 30 dakika programlarıyla birlikte toplam 195 dakikalık bir kültür yayını gerçekleşmektedir.

Bu kanalın kültür politikaları konusundaki değerlendirmeyi Yayın yönetmeni Abdullah Bağ ile 4 Haziran 1998 tarihinde yapılan bir anket söyleşiyle yaptık.

Soru 1: Kültür programları deyince ne anlıyorsunuz?

A.Bağ: Kültür programları deyince plastik sanatlar ve edebiyatın ağırlıkta olduğu programlar anlaşılıyor.

S 2: Türkiye'deki özel televizyonlarda bu anlamda yeterince kültürel ağırlıklı program yayınlanıyor mu?

A.Bağ: Yeterince kültür ağırlıklı program yayınlandığını söyleyemeyiz. Çünkü televizyonlar daha ziyade ticari bir kaygı gözetiyorlar.

S 3: Sizin kanalınızın kültür politikasını nasıl özetleyebilirsiniz?

A.Bağ: Samanyolu tv halka eğitim ve kültür alanında özgün ve sağlıklı ürünler,fikirler sunmak isteyen bir kuruluştur. Bu bakımdan bir misyonun sahibidir. Televizyonumuzda bir kültür programı olarakda algılayabileceğimiz yerli ve yabancı belgesellerin ağırlıkta olduğunu hem Türk kültür ve sanatını hem de evrensel kültürü halkımıza sunmayı amaçlayan programların yer aldığını söyleyebiliriz. Burada bizim programların nitelikli, özgün ve ulusal bütünlüğü ,insan onurunu ve toplum ahlakını,inançlarını zedelemeyecek yayınlar olmasına özen gösteriyoruz.

S 4: Halkın kültür programlarına ağırlık verilmesi konusunda yoğun ilgisi oluyor mu? Yoksa yeterince duyarlı değil mi?

A.Bağ: İstenilen oranda duyarlı olduğunu söyleyemeyiz. Ama aldığımız faks,telefon ve benzeri mesajlarda yaptığımız yüz yüze görüşmelerde ilginin ve dikkatin sürekli arttığına tanık oluyoruz.

S 5: Türkiye'de özel televizyonlar kendi sorumluluklarının bilincine vararak mı kültür programları yayınlıyor,yoksa devlet yaptırımları mı etkili?

A.Bağ: Türkiye'de televizyonlar bunu maalesef bilinçli olarak değil metazori ile ,yasal zorunlulukla yapıyor. Ama genelin aksine bu kaygıyı taşıyan istisna kanallardan biri olarak Samanyolu televizyonunu görebilirsiniz.

S 6: Bu tür programların yankı bulduğuna ya da kamuoyunda olumlu katkılar sağladığına inanıyor musunuz?

A.Bağ: Bu tür programlar hedef kitlesi iyi seçildiği ,muhtevasıyla entelektüel bir kimliği taşıdığı takdirde kamuoyunda yankı buluyor. Bu yankıyı ille de sansasyon olarak ele almamak lazım. Sözelimi kitap ve yazar ağırlıklı yayınlarda yayıncıların ve okurların olumlu sözlerine tanık oluyorsunuz. Size göre tavır ve politika belirleyen kültür kurumları olduğu fark ediliyor.

S 7: Genelde kültür programları ticari kazanç ve rating getirmiyor gibi yaygın bir kanı var.Neler söylemek istersiniz?

A. Bağ: Ne yazık ki bu kanaat doğru.

S 8: Bu tür kültür formatlı program örneklerini ve yayın saatlerini incelediğimizde gelişmiş batı Tv'leri ile nasıl bir karşılaştırma yapabilirsiniz?

A.Bağ: Kabaca söylemek gerekirse özel ulusal kültür kanallarının var olduğu ve kitap okurunun ,kültür düzeyinin çok yukarlarda olduğu bir Avrupa'dan uzaktayız bu da tabii televizyonlara yansıyor.Kıyas çok dengesiz.

S 9: Kültür programlarınız ya da bölümleriniz yayınlanırken izleyiciden ne gibi tepkiler yönlendirmeler alıyorsunuz?

A.Bağ: Yayın saatleri ve içerikleri konusunda tepkiler alıyoruz. Seyircimiz bizi takip ediyor ve yönlendiriyor.

3 - HBB (HAS BİLGİ BİRİKİM)

Has Bilgi Birikim adıyla yayın yapan HBB,İstanbul Levent'ten ulusal ölçekli yayını sürdürüyor.Program koordinatörlüğünü Bülent Öztürkmen'in üstlendiği kanalda kültür editörü olarak Fatih Sadırlı görev yapıyor. Kanalda 'Aerobik' adlı program (06.30 -10.00) eğitim kültür başlığıyla her sabah yayınlanıyor.Kanalın tanıtım bültenlerinde eğitim kültür programı olarak tanımladığı programlardan birisi "Çevre

Aktüel'in sunuculuğunu Sibel Yıldırım'ın yaptığı program 6 yıldır yayınlanıyor. Ve adından anlaşılacağı üzere çevre ağırlıklı bir formata sahip. Her hafta Salı günleri 17.05 te yayınlanan program 45 dk.lık bir süre ile ekrana geliyor. Ayrıca eğitim kültür programları kategorisinde zikredilen bir başka programda Tüketici Dosyası. Özlem Aydın'ın sunduğu program Perşembe günleri 17.05 te yayınlanıyor. Aslında programın formatı itibariyle eğitim kültürden ziyade "ekonomi" alanına girdiğini söylemek daha doğru olur.

Kanal prototipini (yayın akışını) incelediğimizde müstakil bir kültür sanat programının mevcut olmadığını görüyoruz. Var olan yayınlarda diğer kanalların genelde yaptığı üzere farklı programların içine serpiştirildiğini, yayıldığını görmekteyiz. Böyle olunca haftalık yayın akışı içerisinde her gün yayınlanan "aerobik" dışındaki "Çevre-Aktüel" programı zikredilirse 45 dakikalık bir kültür sanat yayını gözüküyor. Ama bu arada "Yüksek Tansiyon" adıyla Erhan Akyıldız'ın hazırladığı haber tartışma programında zaman zaman kültürel konulara temas edildiğini söylemek mümkün. 1992 yılından bu yana yayınlanan Çarşamba akşamları 22.45 te ekrana gelen bu programlardan sözgelimi birinde (Alev Alatlı-Yalçın Küçük) "Türk Aydını Kimdir? sorusuna cevap aranmıştı. Ayrıca Mesut Yar'ın hazırlayıp sunduğu "On da On" adlı haber tartışma programı hafta içi her akşam 22.00 de yayınlanıyor. Ve kültürel konulara temas ediliyor. Bu kanaldan kültür politikaları ile ilgili olarak kültür haber editörü Fatih Sadırlı ile 5 Haziran 1998 tarihinde bir görüşme gerçekleştirdik.

S 1: Kültür programı deyince ne anlıyorsunuz?

F. SADIRLI: Kültür programları tanımı itibariyle çok geniş alan içerse de asıl anlaşılması gerekenin , ticari kaygıdan uzak ve tamamen mesaj kaygısıyla hazırlanmış programlar olduğu gerçektir. Sanat, edebiyat, klasik müzik, çocuk programları, kültürel içerik taşıyan haber ve filmler hazırlanmakla birlikte bu tam anlamıyla bir kültür programı olmaktan öte haber ve eğlence programı da kabul edilebilir.

S 2: Türkiye'deki özel televizyonlar da bu anlamda yeterince "kültür ağırlıklı "programlar yayınlanıyor mu?

F.Sadırlı: Bunu söylemek zor.Evet bir çok programda kültür merkezli yayınlar yapılıyor ama bir bütün olarak değerlendirildiği takdirde kültürel ağırlığı hayli hafif kalıyor. Özel televizyonların aşırı bir şekilde ticari endişe taşıması ve ratingi kaygısı gütmesi , kültürel programların şansını azaltıyor. Kültürel içerikli programların yayın saatinin çok geç ve çok erken kuşaklara konulması da hedef kitlenin dar olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır. Sayıca pek az olan bu programların yayın saatleri sebebiyle gerçek yankıyı bulmadıkları da gerçektir. Ölü saatler kabul edilebilecek bu yayın kuşaklarında pahalı yapımlardan kaçınan tv şirketleri bir durum var ki,o da ülkemizde az da olsa ticari kaygıdan uzak yayınlar yapan kanallar var. Ve bu kanallar geniş yayın saatlerini kültürel dozu yüksek programlara ayırıyorlar.

S 3: Sizin kanalınızın kültür politikasını nasıl özetleyebilirsiniz?

F. Sadırlı: Bizim kanalımızda tüm anlamıyla rafine bir kültür programı yer almıyor. Yine de kültürel ağırlığı olan bir çok program yer almaktadır. Kurumumuz popüler eğlence programlarına yer verdiği gibi örneğin yayınladığı filmlerde sanat kıymetinin olmasına ve artık sinema tarihinin klasikleşmiş filmleri sayılmasına dikkat ediyor. Bunun yanı sıra bir çok kuşak programında kültürel dozu yüksek olarak hazırlanmaktadır. Fakat maalesef biraz da ülkemizin bilinen sosyo ekonomik yapısından ötürü örneğin bir plastik sanatlarla ilgili ,edebiyatla ilgili,klasik sanatlarımızla ilgili özel bir program yoktur.

S 4: Halkın kültür programlarına ağırlık verilmesi konusunda yoğun ilgisi oluyor mu yoksa yeterince duyarlı değil mi?

F. Sadırlı: Halkı yekpare bir yapı gibi değerlendirmemiz mümkün değildir. Halkın belli duyarlılığı söz konusu ama bu daha çok genel ahlak ve dini konulardaki hassasiyetle ifade edilebilir. Yoksa halkın televizyonları daha kültürel içerikli programlar yapılması konusunda uyardığına ve zorladığına şahit olmadım .Bu yönden bir sivil inisiyatif de mümkün değil. Yayıncıyla izleyici arasında çok direkt bir ilişki mevcut değil.

S.5: Türkiye'de özel tv'ler kendi sorumluluklarının bilincine vararak mı kültür programları yayınlıyor yoksa devlet yaptırımları mı etkili?

F.Sadırlı: RTÜK'ten kaynaklanan bir zorunluluk var ama buna ne kadar uyuyor ve takipçisi oluyoruz ki .Sonucu itibariyle bu bir özdenetim ve sorumluluk bilincidir. Çok ucuz ve içeriksiz kültür programlarının yayınlanmasını önler mi bu yasa Ayrıca hiç de izleyici bulamayacak saatlerde bu yapımların yayına konulmasının da önünde yasal bir zorunluluk yoktur. Herhalde şu söylenebilir,özellikle bazı kanalların yayınladığı ve bu tanımlamaya giren programlar yasal yaptırımlar sebebiyledir.

S 6: Bu tür programların yankı bulduğuna ya da kamuoyuna olumlu katkılar sağladığına inanıyor musunuz?

F. Sadırlı: Az ya da çok yankı buluyor. Kamuoyunda olumlu katkıları tartışılmaz. Fakat tartışılması gereken bu katkının geniş kitlelere ulaşp ulaşmadığı etkin ve belirleyici kitlelerle bağ kurup kurmadığıdır. Yine de sonuç itibariyle bu tarz programlar hakettiği değeri buluyor.

S.7: Genelde kültür programları ticari kazanç ve reyting getirmiyor gibi yaygın bir kanı var. Neler söylemek istersiniz?

F.Sadırlı: Evet bu bütün televizyon işletmecilerinin ortak kanaati. Bu kanaati destekleyen veriler de mevcut.En geçerli raporu reating bu acı gerçeği yüzümüze vuruyor.

S 8: Bu tür kültür formatlı program örneklerini incelediğimizde gelişmiş batı tv'leriyle nasıl bir karşılaştırma yapabilirsiniz?

F. Sadırlı: Yorum yapabilecek verilere sahip değilim.

S.9: Kültür programlarınızı ya da bölümlerinizi yayınlarken izleyiciden ne gibi tepkiler ve yönlendirmeler alıyorsunuz.

F.Sadırlı: Doğrusu kültür gibi rafine programların etkin bir hedef kitlesi vardır.Ve bu kitle etkinliğini yapımlara anında tepki vererek ortaya koymaktadır.Çünkü hem eğitim hem de sosyal çevre olarak bu daha elitist bir kitledir. Bence televizyon programlarının izleyiciyle en fazla yüzyüze olan ve etki tepki olgusuyla en çok karşılaşan kültür programları yapımcılarıdır.

4- NTV

1996 Haziranında yayın hayatına başlayan NTV (Nergis Tv) İstanbul'dan yayınıni sürdürüyor.Nuri Çolakoğlu'nun genel koordinatörlüğünü üstlendiği televizyonda kültür sanat editörlüğünü Pınar Demirkapı yapıyor.

Haber ağırlıklı bir kanal olan NTV kültür sanat bölümleri Life Style olarak 8 dakikalık bölümler halinde her gün yayınlanmaktadır. Pınar Demirkapı'nın hazırlayıp sunduğu müstakil bir kültür programı olan "Gece Gündüz" kültür sanat etkinliklerinden haber veriyor.Ve her akşam hafta içi 20 dakikalık süreyle 18.10 da yayınlanıyor.Günde en az 3 ya da 4 kez yayınlanan life style ise kitaplık bölümünde haftanın kitapları ve yazarı köşeleriyle ekrana geliyor. Nilüfer Kuyaş'ın hazırlayıp sunduğu "Kritik" programı ise baleden resme,Türk Sanat Müziğinden caza uzanan bir yelpazede her Pazar 22.05 te yayınlanıyor. Sinema köşesi ise yine Life Style (8 dakika) her gün yayınlanıyor. Haftalık yayın saatlerine baktığımızda prototip içinde diğer kanallar karşısında en yoğun kültür sanat yayınına NTV'nin sahip olduğunu görüyoruz. Haftalık yaklaşık 292 dakikalık bir yayın süresiyle kültür sanat programları yayınlanıyor. Bu tabloya "Mutfak Kültürü" gibi programlar dahi edilmemiştir.

Bu kanalın kültür politikalarıyla ilgili olarak Life Style editörü Pınar Demirkapı ile 5 Haziran 1998 tarihinde bir anket söyleşi gerçekleştirdik.

Soru 1: Kültür programı deyince ne anlıyorsunuz?

Pınar Demirkapı: Kültür programları olarak edebiyat ve sanat ağırlığının yer aldığı programlar olarak düşünmek gerekiyor.

S.2: Türkiye'deki özel televizyonlar da bu anlamda yeterince kültür ağırlıklı programlar yayınlıyor mu?

P.Demirkapı:Hayır.

S.3: Sizin kanalınızın kültür programlarını nasıl özetleyebilirsiniz?

P.Demirkapı: Bizim kanalımızda kültür programları Life Style,8 dakikalık formatlarda yayınlanıyor.Gece Gündüz ve Kritik gibi

bağımsız kültür sanat programlarımız da var. Biz çağdaş ve ulusal kültürle evrensel kültürü buluşturmayı amaçlıyoruz.

S.4: Halkın kültür programlarına ağırlık verilmesi konusunda yoğun ilgisi oluyor mu yoksa yeterince duyarlı değil mi?

P.Demirkapı:Duyarlı değil.

S 5: Türkiye'deki özel televizyonlar kendi sorumluluklarının bilincine vararak mı kültür programları yayınlıyor yoksa devlet yaptırımları mı etkili?

P.Demirkapı: Devlet yaptırımları etkili.

S. 6: Bu tür programların yankı bulduğuna ya da kamuoyuna olumlu katkılar sağladığına inanıyor musunuz?

P.Demirkapı: Hayır.

S.7: Genelde kültür programları ticari kazanç ve rayting getirmiyor gibi yaygın bir kanı var neler söylemek istersiniz?

P. Demirkapı:Evet.Ticari kazanç ve rayting getirmiyor.

S.8: Bu tür kültür formatlı program örneklerini incelediğimizde gelişmiş batı tv leriyle nasıl bir karşılaştırma yapabilirsiniz?

P.Demirkapı: Biz kanal olarak dünya standartlarında yapıyoruz.

S.9: Kültür programlarınız ya da bölümleriniz yayınlanırken izleyiciden ne gibi tepkiler ve yönlendirmeler alıyorsunuz.

P.Demirkapı: Olumlu tepkiler alıyoruz.

5.ATV (PRİMA TV):

SATEL Şirketler grubu bünyesinde yayın yapan ATV 1993 yılında kurulmuştu.ATV 1997 yılında bir politika belirleyerek kendi grubu bünyesinde kablolu tv 'lerden ulaşılan bir kanal kurdu ve bunu Türkiye'nin ilk kültür sanat kanalı olarak yayına başlattı.

Biz hem ATV yi hem de kültürel formatlı yayın yapan ve adeta kanalın kültür misyonunu devralmış gibi gözüken prima tv'yi inceleyeceğiz.ATV'nin genel yönetimini Ekrem Çatay, Prima Tv'nin

yayın yönetmenliğini ise Seda Güler üstlenmektedir. ATV'de kültür tınımını geniş tutarak içine dahil edeceğimiz bir program "Haberciyi" bir haber kültür belgeseli olarak tanımlayabiliriz. Coşkun Aral'ın hazırladığı program 1995 yılından itibaren yayınlanıyor. Haftalık olarak 45 dakika yayınlanan belgesel şimdiye kadar dolaştığı 65 ülkenin medeniyetlerini,kültürlerini ve yaşam biçimlerini izleyicilere sunuyor. Habercinin yayın saati 01.00.Yine benzeri bir belgesel 'Bam Teli". Süresi 60 dakika ve yayın saati 01.00.Bunların dışında gerçekten tanımın içine dahil edilecek müstakil bir kültür yayını yayınlanmıyor. Gece 02.00 de yayınlanan "Platin Ürün Programı" gibi programlar ise eğitim kültür kuşağı içinde gözüküyor.

Bir kültür sanat programı kanalı olarak görünen prima tv ise daha ziyade yabancı yapımlara ağırlık veriyor. Belgesel ağırlıklı gözüken bu kanalda "Kaptan Cook" "Denizlerin İpek Yolu" vb. belgeseller göze çarpıyor. Müstakil yerli kültür programlarından sayabileceğimiz "Prima Sanat Günlüğü"ise Salı Cuma akşamları 18.00 de yayınlanıyor."Sanatçıyla Randevu"programını ise Sema Atalay sunuyor. Ve 22.40 ta 40 dakikalık olarak Çarşamba akşamları yayınlanıyor. Salı akşamları ise Ali Hakan'ın sunduğu "Beyaz Perde" adlı sinema programı 2.40 ta yayınlanıyor.

Prima Tv'nin kültür politikasını öğrenmek amacıyla genel yayın yönetmeni Seda Güler ile 2 Haziran 1998 tarihinde anket söyleşi gerçekleştirdik.

Soru 1: Kültür programı deyince ne anlıyorsunuz?

Seda Güler: Kültür programları,sanat ve kültür etkinliklerin bir araya toplamayı amaçlayan ve seyirciyi bu anlamda bilgilendiren ve bilinçlendiren programlardır. Ve bu tür programlar sanat ve sanatçının gelişimiyle paralel giden sanatın çağdaş düzeye getirilmesine destek verir.

S.2: Türkiye'deki özel televizyonlarda bu anlamda yeterince "kültür" ağırlıklı programlar yayınlanıyor mu?

S.Güler: Hayır.

S.3: Sizin kanalın kültür politikasını nasıl özetleyebilirsiniz?

S.Güler: Yukarda belirttiğimiz özelliklere paralel gitmeyi hedefleyen bir kültür politikası içindeyiz.

S.4: Halkın kültür programlarına ağırlık verilmesi konusunda yoğun ilgi oluyor mu yoksa yeterince duyarlı değil mi?

S.Güler: Evet.Yoğun bir ilgi var.

S.5: Türkiye'de özel televizyonlar kendi sorumluluklarının bilincine vararak mı kültür programları yayınlıyor ,yoksa devlete yaptırımları mı etkili?

S.Güler: Türkiye'deki özel televizyonların kültür programları yayınlarında devlet yaptırımları etkili oluyor. Kültür programları çok reyting almadığı için ve sadece çok reyting alan programlarda reklam yayınlanmadığı için reklam verenler tarafından bu tür programlara rağbet olmuyor.Özel televizyonların da gelir kaynağı reklam olduğu için ,kültür programları ancak devlete yaptırımlarıyla hazırlanıyor.

S.6: Bu tür programların yankı bulduğuna ya da kamuoyunda olumlu katkılar sağladığına inanıyor musunuz?

S.Güler: Küçük bir kesim için evet.

S.7: Genelde kültür programları ticari kazanç ve reyting getirmiyor gibi yaygın bir kanı var.Neler söylemek istersiniz?

S.Güler:İlk bakışta doğru fakat halkın zamanla kültür programlarına rağbet etmesiyle reytingi artacak ve bu da her iki taraf için de (özel tv ve reklam şirketleri) ticari kazanca dönecektir.

S.8: Bu tür kültür formatlı program örneklerini incelediğimizde gelişmiş batı tv'leriyle nasıl bir karşılaştırma yapabilirsiniz?

S.Güler: Mukayese kabul etmeyecek düzeydedir. Çünkü bizim televizyonlarımızda kültür formatlı programlar çok ters ve izlenme oranı düşük saatlerde yayınlanıyor.

S.9: Kültür programlarınızı ya da bölümlerinizi yayınlarken izleyiciden ne gibi tepkiler ve yönlendirmeler alıyorsunuz/

S.Güler: Kültür programları yayınlanırken şimdiye kadar aldığımız tepki sadece içeriği genişletmek ve çeşitlendirme adına. Programlarda

görsel ve nitelik açısından çok renklilik isteniyor. Gelip geçici programlar yerine arşiv niteliği kazanacak türden yapımlar isteniyor.

II- KÜLTÜR PROGRAMLARI VE KARŞILAŞTIRMASI

Ülkemiz özel televizyonlarında yayınlanan kültür programlarının panoramasına baktığımızda önemli sorunlarla karşılaşyoruz. Bunları anlamak için bazı kriterlere başvurarak anoloji yapmaya çalışacağız. Burada teorik görüşlerin yanı sıra televizyon yöneticilerinin vurgu yaptığı noktalara da temas edilecektir.

Buradaki cevabı aranacak temel soru kültür programları deyince ne anlaşıldığı ve nasıl uygulandığı olmalıdır. Genel itibariyle bu soruya kanalların yöneticileri yaygın bir cevapla karşılık veriyor. Prima tv yöneticisi Seda Güler sanat ve kültür etkinliklerini biraya toplayan programlar derken, NTV'den Pınar Demirkapı "plastik sanatlar ve edebiyat" üzerine kurulu bir formatı işaretliyor. Kanal E yöneticisi Sürer Çine ise Kültür programı kavramını geniş tutuyor ve bizi yaşam adına bilgilendiren pek çok programın sözcüğünü belgesellerin bu sınıfa dahil edilebileceğini belirtiyor. HBB yöneticisi Fatih Sadırlı ise çok önemli bir ayrımla kendi kanallarında kültürel ağırlıklı programların yer aldığını ama tam anlamıyla "rafine bir kültür" programının var olmadığını belirtiyor. Burada rafine kültür kavramını anahtar olarak kullanmak gerekiyor. Zira kimi kanallarda çevre duyarlıklı programlarda bu sınıfa sokulabilmektedir.

A-FORMATLAR AÇISINDAN

1- Yayın Süreleri:

Örnekleme olarak aldığımız televizyonlara baktığımızda kültür programı adıyla yapılan yayınların sürelerinin oldukça kısıtlı olduğu göze çarpıyor. Anlaşılan o ki televizyonlara bu tür programları kerhen yaptıklarını gösterir biçimde ölü saatlerde yayınlıyorlar. Ve yayın kuşaklarında fazla bir yer tutmasına izin vermiyorlar.

En uzun süreli programlar tekrar edildikleri göz önüne alındığında NTV' de yayınlanıyor. Bir ulusal TV olarak NTV 30 dakikalık "Gece

Gündüz" ve "Kritik" programlarının yanı sıra günde en az üç dört kez tekrar edilen Life Style (8 dakika) bölümleriyle en fazla süreyi ayıran kanal olarak gözüküyor.

Televizyon yöneticileri bu tür programlara çok fazla süre ayrılmadığı noktasında hemfikirler. Kanal E 'nin program müdürü Sürer Çine özel tv'lerde yayınlanan kültür programlarının yeterli sayıda ve sürede olmadığını ısrarla belirtiyor. Türk toplumu ise televizyonlardan geniş anlamı ile medyadan bu konuda beklentilerine cevap bulamadığını açıklıyor.

Türkiye Genç İşadamları Derneği (TÜGİAD)'ın Haziran 1995 'te yayınladığı 2000 li yıllara doğru Türkiye'nin sorunlarına yaklaşımlar: X Medya" konulu araştırma raporu bu beklentileri hayal kırıklığı ile karşılandığını belirtiyor.

-Türk basınının tarafsız ve objektif olduğuna inanıyor musunuz?Hayır diyenler 5 94.4...Evet diyenler % 5.6

-Türk basınının kişi hak ve özgürlüklerine yeterince saygı gösterdiğine inanıyor musunuz?Hayır diyenler % 94.7...Evet diyenler 5 5.3...

-Türk basın yayın kuruluşlarının toplumun bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi konusunda üzerine düşen görevleri yerine getirmemektedir.

Katılıyorum.% 60 , Kesinlikle katılıyorum % 20, katılmıyorum % 15,kesinlikle katılmıyorum % 0 ve kararsızım % 5...

- Türk basın yayın kuruluşları araştırma konularına gereken önemi vermektedirler. Katılmıyorum % 60, Kesinlikle katılmıyorum % 5,Katılıyorum % 20, Kesinlikle katılmıyorum % 0, Kararsız*(50)

- (TÜGİAD raporu, 2000'li yıllara doğru Türkiye'nin sorunlarına yaklaşımlar x medya,Haziran,1995)

2- YAYIN SAATLERİ

- Program akışı içinde kültür programlarına Prime Time denilen (19.00-21:00) saatlerini ayıran çok az kanal var.Kimi kanallar (ATV)

bu tür programları yasal zorunluluğu yerine getirmek için gece kuşağında (01-00-02:00) yayınlıyor. Kültür magazin programlarına dahil edebileceğimiz yayınlardan ancak sinema programlarının Prime Time saatlerinde yayınlandığını gözlemliyoruz. Samanyolu'nda "Gümüş Perde" 21.00 de yayınlanırken NTV ise prime time yakın bir saatte (18.10) "Gece Gündüz" ve "Kritik" adlı programlarını yayınlıyor. Kanal E ise kültür sanat programı "Ekin Rüzgarını" Pazar 13:15 te yayınlıyor. Bu kanal ise her gün yayınladığı 5 dakikalık kitaplık bölümleriyle izleyiciye her an ulaşıyor. Prima TV ise bir kültür sanat kanalı olduğu için kültür programları 18:10 ve 22.40 gibi etkili sayılabilecek saatlerde yayımlanıyor.

- Genel itibariyle kanalların en çok izlenen saatlerinin değil Off prime time saatlerini bu programlara ayırdığı gözüküyor. Bu da kimi zaman çok geç kimi zaman çok erken yani "ölü saatler" oluyor.

3- VERİMLİLİK

Kültür programlarının genellikle donuk,statik olarak algılanması dikkat çekiyor.Bazı kültür programları verimliliği artırma düşüncesiyle sunucu faktörü yok edilerek öz olarak Life Style tarzında sunuluyor.(NTV;KANAL E).

Kültür programları televizyonun doğası gereği hızlı olmak zorunda .O nedenle verimlilik burada hızın önemi yüzünden gözardı edilmektedir.Sosyolog Pierre Bordieu "Hızın içinde düşünmek mümkün müdür?Televizyon hızlandırılmış hızda düşündükleri-varsa-düşünörlere söz vermek suretiyle bir takım Fast Thinker lara gölgesinden hızlı düşünen düşünörlere bizi mahkum etmiyor mu?Hız mı ,düşün ce mi?Verimliliği burada düşünen nedenlerden birisinin de seyirciyi görsel zenginlikle yakalayamamak olduğunu kanal E yöneticisi Sürer Çine vurguluyor.

B-TOPLUMSAL TALEP

Kültürel taleplerin olmayışı şüphesiz kanal yöneticilerinin bu konuda bir politika belirlemeyişlerinin en önemli nedenlerinden

birisidir.Şüphesiz bir diğer adı ticari televizyon olan özel televizyonlar halkın istekleri doğrultusunda yayın yapmak durumundadır.

Spor, müzik, magazin vb.programlara gösterilen ilginin aynı oranda kültür programlarına gösterilmeyişi ya da bu ilginin gösterme biçimlerinin oluşmamış olması kanal yöneticilerini haklı çıkarmaktadır.

Kanal yöneticilerinden Fatih Sadırlı (HBB) kültür programlarına seyircinin yoğun bir ilgi göstermediğini oysa yapımcıların yüz yüze olan görüşmelerde önemli tepkiler-veriler elde ettiğini söylemekte ve çok önemli bir çelişkinin altını çizmektedir.Toplumsal kültür düzeyinin çok yüksek olmayışı rafine kültür dediğimiz ince zevklere sahip bir seyirci kütlesinin oluşmamış olması aslında sosyo-kültürel çok ciddi bir boşluğu ve derinliksizliği yansıtmaktadır.

Kanal yöneticilerinin bir serbest piyasa kurumu gibi çalışan televizyonlarında ekonominin en temel ilkesi olan arz-talep ilişkisi denklemini dikkate almaları için bu noktada bir toplumsal talebin söz konusu olması gerekmektedir.

Bu talep varsa bile ya sesini duyuramamakta ,tepki koymamakta ya da bu seslenişi çok cılız kalmaktadır.Bu da kanal yöneticilerinin toplumsal talebin olmadığı mazeretini adeta haklı çıkarmaktadır. Sinema eleştirme Atilla Dorsay bir yazısında zaten kanallarda var olan kültür programlarında bir "köylü kültürü"nü yansıttığını yazmaktaydı.

".....bugünkü geçiş döneminin kargaşası içinde ülkenin kaldırabileceğinden çok televizyon kanalının yaşamsal reklam dolayısıyla reyting kaygısıyla oluşturulan reklamcılık anlayışı,eninde sonunda örnek olarak seçilmiş belli sayıda hanenin seçildiği bölgelerin,orada oturanların toplumsal ve sınıfsal yapısı üzerine veriler olmadığı için kesinkes bilemiyoruz.Ama bunların genelde hala kırsal kesim,daha doğrusu büyük kente göç etmiş kırsal kesim ağırlıklı yörelerden seçilen örnekler olduğu biliniyor.Aylar önce bir ünlü tv kişiliği "Ben Gültepe halkının zevkine göre program yapmak zorunda mıyım"diye isyan etmedi mi?

Göltepe halkını ya da bir başka semtin ,yörenin veya bölgenin halkını küçümsemek eğiliminde değilim. Ancak çok iyi bilinen bir şey vardır ki her toplumda kültür sanata öncülük eden bir azınlık vardır. Asla bir çoğunluk değil, bir azınlık... Toplumun tüm dinamizmi ,tüm yenilikleri,kültür ve sanattaki tüm öncü ve yenileyici atılımlar bu azınlıktan çıkar. Kültür ve sanatın ,elbette bilimde bir topluma yol gösteren etkinliği kitlelerden çıkıp yayılmaz ,azınlıktan çıkıp tüm toplum katmanlarına doğru yayılır ve genişler. Bugünkü medya anlayışımız ise böyle bir azınlığa seslenmiyor."(A. Dorsay, Medya ve Kültür İlişkisi, Dr. Emir Turam, Türkiye'de Tv; Altın kitaplar, İst, 1994)

HUKUKSAL DURUM

Kültür programları hakkındaki ilkeleri Resmi Gazete'de 2 Mayıs 1995 tarihinde yayınlanan RTÜK yönetmeliğinde bulmamız mümkündür.

Madde 4: Kültür programları Türk milli kültür politikasının amaç ve ilkeleri doğrultusunda milletimizin düşünce ve hayat şeklinde konu teşkil eden ve nesilden nesile aktarılan inanç,bilgi ve uygulamaların korunması,geliştirilmesi yayılması ve zenginleştirilmesi için hazırlanan programlardır.(R.G.S.22275)

Madde 8: Kültür programları haftalık yayın sürelerinin % 5 'inden az olamaz.

Türkiye tarafından 7 Eylül 1992 tarihinde imzalanan Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'ne göre kültürel hedefler şöyle tanımlanmıştır.

Madde 10- Her ileten taraf,mümkün olan hallerde ve uygun yolları kullanarak haberlere ve spor haberlerine,oyunlara,reklamlara ve teletex hizmetlerine ayrılmış zamanlar hariç olmak üzere, yayıncıların yayın zamanlarının büyük bir kısmının Avrupa yapımlarının yapılmasına tahsis edilecektir. Bu oran yayıncının izleyici kitlesine karşı haber verme, eğitim, kültür ve eğlendirme sorumlulukları dikkate alınarak v e uygun esaslar öngörölmek suretiyle aşamalı bir şekilde test edilir.

SONUÇ:

Öncelikle belirtmek gerekir ki Türkiye toplumunun genel kültür seviyesini dikkate almadan "Özel televizyonların kültür politikalarını" anlamak imkansızdır. Kitapların baskı adedinin birkaç bini bulmadığı bir ülkede kültürel talep medyada da az olacaktır. Kitle kültürünün egemenliğinde olan pek çok kültür gibi bizde de yazılı kültürden daha doğrusu rafine kültür zevkinden bir kopuş yaşanmaktadır. O nedenle özel televizyolar bir ticari kazanç kuruluşları olarak reyting ve dolayısıyla reklam getiren programlara ağırlık vermektedirler.

Burada belirlenen en büyük sorun konunun sosyo kültürel açıdan büyük bir eksiğimizin ortaya çıkmış olmasıdır. O da rafine kültürün adeta ekranlarda yok olması, var olan kültür yayınlarının da zevksizleşmiş (kitch) bir profil sunuyor olmasıdır. Televizyon yöneticileri de bu konuda televizyonların yönlendirmesi gereken halkın yeterince duyarlı olmadığından yakınmaktadır.

Öte yandan televizyonların bu tür programları ticari kazanç sağlamadığı için ölü saatlerde yayınladığı ve bunu da zaten RTÜK'ün haftalık % 5 yayın metazorisi ile yaptığı anlaşılmaktadır. Prima tv yöneticisi Seda Güler "halk rağbet edecek, reytingler artacak, dolayısıyla bu da ticari kazanca dönüşecek"temennisinde bulunuyordu. Bu şimdilik yakın gelecekte gözüküyor. Bir diğer nokta ise görsellik üzerine kurulu olan televizyon yayınlarında kültür programlarının bu cazibeden yoksun oluşları. Az maliyet kaygısıyla baştan savma yapılan bu tür programların izleyici bulamadıkları da muhakkak .Kimi filozoflar her ne olursa olsun televizyonun kültürel bir işlevinin olamayacağını öngörüyorlardı.

Sözgelimi Fransız sosyolog Pierre Bourdeou "gerçekten de televizyonun hızlı bir şekilde betimlemeye uğraştığım farklı mekanizmaları boyunca kültürel üretimin farklı kürelerini,sanatı,edebiyatı,bilimi, felsefeyi, hukuku çok büyük bir tehlikeyle karşı karşıya bıraktığını düşünmekteyim" diyordu.(Televizyon Üzerine sf.33)

Türkiye'de özel televizyonların bilinçli bir kültür politikalarının tek kelimeyle varolmadığını sadece sportane (kendiliğinden) yayın akışı içeriğinde gerçekleştiğini söylemek zor olmayacaktır. Özel televizyonların sağlıklı bir basın ve halkla ilişkiler (PR) ağı olmadığından dolayı gerekli bilgi ve belgelere ulaşmak çoğu kez mümkün olmamıştır. Bu da sağlıklı bir yayıncı izleyici diyalogunun yokluğunun açık göstergesidir.

Televizyonların el yordamıyla simultane (anında), günü birlik kültür politikalarına karşılık halkımızın da duyarlılığının eksik olduğunu söylemek zorundayız.

Tabii ki bütün toplumlara bu tür programların hedef kitlesinin entelektüel bir azınlık diğer deyimle rafine bir topluluk olduğu inkar edilemez bir gerçektir. Burada önemli olan işte bu seçkin kitleyi yakalamak ve onu çoğaltmaya çalışmaktır.

Tabii ki bu kültür programlarını kitleselleştirmek için vulgarize etme (sıradanlaştırmak) anlamına gelmemelidir. Üslubun, kullanılan araçların zenginliğinin ve özgünlüğünün, sahiciliğinin, yerliliğinin öneminin kavranması ve bu duyarlılığın artırılmasıyla izleyiciye ulaşmak mümkün olacaktır. Program yapımcıları formatları zenginleştirerek kültür programı deyiminin çağrıştırdığı statik-duraganlık önyargısını kırmaları gerekmektedir.

Bu araştırmalardan çıkan sonuç özel televizyon yöneticilerinin toplumsal talep olmadığı ve dolayısıyla reyting kazanmadığı nedeniyle bu programlara ilgi göstermediği olmuştur.

Bütün programlarda olduğu gibi Türk kültürüne hizmet eden ve evrensel kültürle bizi buluşturan programlara yeterli toplumsal talep olduğunda bu özel kanallarda ister istemez politikalarını gözden geçirmek zorunda kalacaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

BOUDRIILLARD, Jean, Tüketim Toplumu, Çev: H. Deliceçaylı
Ayrıntı yy, 1991, İstanbul

BOURDEOU, Pierre, Televizyon Üzerine, Çev: Turhan Ilgaz,
Yapı Kredi yy, 1997, İst.

CERECİ, Sedat, Televizyonun Sosyolojik Boyutu, Şule yy, 1996, İst.

CHOMSKY, Noam, Demokratik İdeallerin Çöküşü, Çev: C. Cerit,
Pınar yy, İstanbul.

ESSLİN, Martin, Tv: Beyaz Camın Arkası, Çev: M. Çiftkaya, Pınar
yy, 1991, İst.

ELLUL, Jacques, Sözün Düşüşü, Çev. H. Arslan, Paradigma yy, İst.
GASSE, y Ortega, Kütlelerin İsyanı, Çev: N. Muallimoğlu, Bedir
yy, 1992, İst.

GÖKALP, Ziya, Türkçülüğün Esasları, Kültür Bakanlığı yy, 1990, İst.

GROOMBRIDGE, Brian, Televizyon ve İnsanlar, Der yy, 1989, İst.

GÜNEŞ, Sadık, Medya ve Kültür, Vadi yy, 1994, Ankara

GÜNGÖR, Erol, Sosyal Meseleler ve Aydınlar, Ötüken yy, 1993, İst.

İLAL, Ersan, İletişim; Yıgınsal İletişim ve Toplum, Der yy, 1989, İst.

KAPLAN, Yusuf, Televizyon, Ağaç yy, 1992, İst.

LATOUCHE, Sergei, Dünyanın Batılılaşması, 1993, İst.

MERİÇ, Cemil, Umrandan Uygarlığa, Ötüken yy, 1977, İst.

MUTLU,Erol,Televizyonu Anlamak,Gündoğın yy,1991,Ankara.

OSKAY,Ünsal,Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri,Der yy,1993,İst.

ÖZAKPINAR,Yılmaz,Kültür ve Medeniyet Anlayışları,Kubbealtı Nşr,1997,İst.

ÖZDEMİR,Sadi,Medya Emperyalizmi v e Küreselleşme,Timaş yy, 1998,İst.

SOROKİN,Pitirim,Bir Bunalım Çağında Toplum Felsefeleri, Çev: Mete Tunçay,Göçebe yy,İst.

TAYLOR,Charles,Modernliğin Sıkıntıları,Ayrıntı yy,1991,İst.

TOFFLER,Alvin,Gelecek Şoku,Altın Kitaplar yy,1997,İst.

TURAM,Emir,Türkiye'de TV,Altın kitaplar yy,1996,İst.

TÜRKDOĞAN,Orhan,Değişme,Kültür v e Sosyal Çözölme , Birleşik yy,1996, İst.

Milli Kültür,Modernleşme,İslam,Birleşik yy,1996,İst.

YAVUZ,Hilmi,Kültür Üzerine,Bağlam yy,1987,İst.

YENGİN,Hülya,Ekranın Büyüsü, Der yy,1994,İst.

DERGİLER

Marmara İletişim Dergisi,Ocak 1994, İst.

Panaroma Dergisi, Ağustos 1990,İst.

Ekonomist Dergisi,Aralık 1991,İst.

BÜLTENLER

AYDIN,Uğur,Fransa'da Televizyonda Özelleştirme,İLAD Bülteni Mart,1992

ÖNEN,Mesut,İtalya'da Radyo-TV sistemleri,İLAD Bülteni,8 Mart 1992

ANSİKLOPEDİLER ve SÖZLÜKLER

Sosyal Bilimler Sözlüğü,Ö.DEMİR,M.ACAR,Ağaç yy,1993
Büyük Larousse, Milliyet yy,1993,İst.

ARAŞTIRMA

TÜGİAD Raporu,2000'li yıllara doğru Türkiye'nin sorunları ,
x Medya , Haziran 1995.

GAZETELER

Cumhuriyet Gazetesi,"Radyolar Artık Özgür", 9 Temmuz 1993
Cumhuriyet Gazetesi,"Devlet Tv'leri Rekabete Dayanmıyor"
Sabah Gazetesi,Güneri Civaoğlu,14 Nisan 1993,İst.



