

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI**

117 583

**TÜRKİYE'DE YEREL RADYOLAR VE
DEMOKRASİ**

Yüksek Lisans Tezi

İbrahim Önder

Tez Danışmanı

Doç.Dr. Sezer Akarcalı

**T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
DOKÜMAN YERİ**

Ankara - 2002

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE YEREL RADYOLAR VE
DEMOKRASİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı : Doç.Dr. Sezer Akarcalı

Tez Jürisi Üyeleri

ADI VE SOYADI

Mehin Kocan
Vilgün Abisel
SEZER AKARCALI

İMZAŞI

Mehin Kocan
Vilgün Abisel
Sezer Akarcalı

Tez Sınav Tarihi : 14.03.2002

Ö Z E T

Bu tezin adı “Türkiye’de Yerel Radyolar ve Demokrasidir.” Bu tezde, iletişim sistemiyle siyasal kültür arasındaki ilişki anlatılmaya çalışılmış, yerel radyoların ekonomik, sosyal ve siyasal sistemdeki yeri ve rolü bu tezin konusunu oluşturmuştur.

Yerel radyolar; yapısal özellikleri, işletme biçimleri, program içerikleri gibi özellikleriyle ulusal radyo ve televizyon kuruluşlarına alternatif teşkil etmelidirler. Yerel radyolar bu özellikleriyle bir yandan kitle iletişim araçlarında temsil edilebilen kesimlerin çeşitlilik yelpazesini genişletirken, diğer yandan da siyasi iktidarın kontrolündeki alanın demokratik gelenekten sapması tehlikesine karşı bir emniyet sübabı görevi görürler. Bu tezin varsayımı Türkiye’deki yerel radyoların genel olarak yerel radyoların bu temel özelliklerini göstermediğidir.

Tez dört ayrı bölüm olarak planlanmıştır. Birinci bölümde, kitle iletişim araçları demokrasi ilişkisi, kitle iletişim araçları ideoloji ilişkisi ve kitle iletişim araçları kamusal alan ilişkisi anlatılmıştır.

İkinci bölümde dünyada ve Türkiye’de kitle iletişim sistemleri açıklanmış, çeşitli ülkelerdeki düzenleyici örgütler ve Türkiye’de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu örneği anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde yerel radyoların tarihçesi, dünyada yerel radyo sistemleri incelenmiş, dünyadan örnekler verilmiştir. Ayrıca Türkiye’deki yerel radyo yayınları da ayrıntılı olarak anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde ise yapılan alan araştırması bulguları yer almaktadır.

S U M M A R Y

This thesis's name is "The Local Radios And Democracy in Turkey". In this thesis, the connection between communication system and political culture is being tried to explain, the importance of the local radios, economic, social and political causes is the subject of this thesis.

With these features the local radios both increase the representation area and depend the control area of government from to turn to the democratic tradition.

My supposition is that the local radios in Turkey especially don't have the main peculiarities.

This thesis is planned four different parts. In the first part the development of democracy, the theories of democracy have been explained. And then in this part, the relation between mass media means and democracy has been examined. The mass media systems in Turkey and in the world have been explained and the ordering organizations in various countries and the example of Turkey, RTÜK, have been tried to be examined in the second part. The third part contains the local radios's histories and the examinations of the local radio systems and examples from the world. Apart from these the local radio publications with detail in Turkey, have been examined.

And in the last fourth part, there are findings of the area research.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
GİRİŞ	
1-Tezin Konusu.....	1
2-Tezin Amacı.....	2
3-Tezin Önemi.....	3
4-Tezin Yöntemi.....	3
4.1-Kuramsal Çerçeve.....	3
4.2-Varsayımlar.....	4
4.3-Kapsam ve Sınırlılıklar.....	5
4.4-Veri Toplama Tekniği.....	5
5-Tezin Planı.....	5
I. BÖLÜM	
Kitle İletişim Araçları ve Demokrasi	
1-Kitle İletişim Araçları Demokrasi İlişkisi	7
2-Kitle İletişim Araçları İdeoloji İlişkisi	11
3-Kitle İletişim Araçları ve Kamusal Alan	22
4-Geleneksel Yaklaşımda Kitle İletişim Araçları.....	29
5-Eleştirel Yaklaşımlarda Kitle İletişim Araçları.....	33
II. BÖLÜM	
Kitle İletişim Sistemleri	
1-Dünyada Kitle İletişim Sistemleri.....	36
2-Türkiye’de Kitle İletişim Sistemleri.....	43
3-Kitle İletişim Araçları Siyasal Sistem İlişkisi.....	53
4-Yayincılık Sistemlerinde Düzenleyici Örgütler.....	55
4.1-Amerika Birleşik Devletleri.....	58
4.1.1-Federal Haberleşme Komisyonu.....	59
4.2-İngiltere.....	60
4.2.1-Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC).....	61
4.2.2-Yayincılık Şikayetleri Komisyonu (BCC).....	62
4.2.3-Yayın Standartları Komisyonu (BSC).....	62
4.3-Almanya.....	63
4.4-Fransa.....	65
4.5-İtalya.....	66
4.6-Türkiye.....	67
4.6.1-RTÜK’nun Kurumlaşma Süreci ve Uygulamaları.....	71
5-Kamu, Kamu Yararı ve Kamu Hizmeti Yayincılığı.....	73
III.BÖLÜM	
Yerel Radyo-Televizyon Sistemleri	
1-İki Farklı Sistemde Yerellik.....	77
2-Yerel Yayın Sistemleri.....	78
2.1-Coğrafi Yerellik.....	78
2.2-Toplumsal Yerellik.....	79

3-Yapısal Özelliklerine Göre Yerel Radyolar.....	79
3.1-Ulusal Yerel Radyolar.....	80
3.2-Ticari (Kar Amaçlı)Yerel Radyolar.....	80
3.3-Topluluk Radyolar.....	80
4-Yerelleşmenin Kaynakları.....	81
4.1-Sosyal ve Kültürel Öğeler.....	81
4.2-Siyasal Öğeler.....	83
4.3-Ekonomik Öğeler.....	84
4.4-Teknolojik Öğeler.....	86
5-Dünyada Yerel Yayınlar.....	87
5.1-Korsan Radyolar.....	89
5.1.1-Politik Amaçlı Korsan Radyolar.....	90
5.1.2-Politik Amaçlı Olmayan Korsan Radyolar.....	91
6-Dünyada Yerel Radyo Örnekleri.....	91
6.1-Avustralya.....	91
6.2-Norveç.....	93
6.3-Hollanda.....	93
7-Türkiye’de Yerel Radyo Yayınları.....	95
7.1-Tekel Döneminde Yayın Yapan Radyolar.....	96
7.1.1-Okul Radyoları.....	96
7.1.2-Polis Radyoları.....	96
7.1.3-Meteoroloji Radyosu.....	97
7.1.4-TRT Radyoları.....	97
a-TRT Bölge Radyoları.....	97
b-Hatay İl Radyosu.....	98
c-Turizm Radyosu.....	98
7.2-Deregülasyon Döneminde Yayın Yapan Radyolar.....	99
7.2.1-Belediye Radyoları.....	99
7.2.2-Üniversite Radyoları.....	100
7.2.3-Topluluk Radyoları.....	101
7.2.4-Siyasal Parti Sempatizanı Radyolar.....	102
7.2.5-Bağımsız Yerel Radyolar (Ticari Radyolar).....	103
7.3-3984 Sayılı Yasa Sonrası Yayın Yapan Radyolar.....	104

IV. BÖLÜM

Alan Araştırması:Türkiye’de Yerel Radyoların Özellikleri, Örgüt Yapısı, Yerel Radyolarda Temsil, Kuruluş Özellikleri ve Program İçerikleri.....	108
1-Araştırmanın Amacı ve Varsayımları.....	108
2-Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Tekniği.....	109
3-Alan Araştırması Bulguları.....	120

SONUÇ	135
-------------	-----

KAYNAKÇA	138
----------------	-----

EK 1: Alan Araştırmasında Uygulanan Sormacanın Soruları

T A B L O L A R

Sayfa

Tablo 1: Yerel Radyoların Sahip Oldukları Verici Gücü.....	120
Tablo 2: Yerel Radyoların Link Kullanma Tercihleri.....	121
Tablo 3: Gerçek Anlamda Anonim Şirket Statüsünde Olan Yerel Radyolar.....	122
Tablo 4: Yerel Radyo Sahiplerinin Yayıncılık Dışında Faaliyet Gösterdikleri İş Kolları..	123
Tablo 5: Yerel Radyolarda Çalışan Personel Sayısı.....	125
Tablo 6: Yerel Radyolarda Çalışan Personelin Eğitim Durumu.....	126
Tablo 7: Yerel Radyoların Hedef Kitleleri.....	128
Tablo 8: DJ Programları İçerikleri.....	130
Tablo 9: Yerel Radyolarda Yayın Politikasını Belirleyen Karar Mercii.....	131
Tablo 10: Yerel Radyolarda Yapılan Program Türleri.....	132

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları demokrasi ilişkisinde sorunlar temel olarak, ifade özgürlüğü, yurttaşlık hakları, kitle iletişim araçlarının temsil edici gücü ve kitle iletişim sistemlerinin düzenlenme biçimleri ile kitle iletişim araçlarının program ve haber içerikleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmada bu sorunlar geleneksel yaklaşım ile eleştirel yaklaşımların bir karşılaştırması yapılarak tartışılmaya çalışılmıştır... Elbette geleneksel yaklaşımın kitle iletişim araçlarına atfettiği dördüncü güç olmak, kamu gözcüsü olmak, kamuyu bilgilendirmek gibi özellikler üzerinde durulurken, karşıt bir bakış açısından bir çatışma alanı olarak, bir ideolojik aygıt olarak ve bir kamusal katılım alanı olarak kitle iletişim araçları, eleştirel yaklaşımlar açısından ele alınacaktır. Bu tartışmalar, içinde bulunduğumuz liberal demokrasi koşullarında ele alınacak, bulguların yorumlanması, değerlendirmeler ve yaklaşım açısı olarak radikal demokratik kuramlar açısından ele alınacaktır.

1. Tezin Konusu

Türkiye'nin kendine özgü iç ve dış dinamikleri, siyasi kültürü ve geleneği sonucu radyo ve televizyon alanı politik kurumların ve aktörlerin belirlediği bir yapı içinde biçimlenmiş siyasi iktidarın bu araçları politik amaçları doğrultusunda kullanmak istemelerine neden olmuştur. Yeterince olgunlaşmış bir demokratik sistem ve demokrasi bilincinden yoksun Türkiye'de radyo-televizyon alanına sürekli olarak

müdahaleler yapılmıştır.¹ Son yıllarda iletişim alanında gerçekleşen teknolojik gelişmeler radyo-televizyon yayıncılığında tekeli sistemden rekabetçi sisteme geçiş sürecini hızlandırmış ve bu sürecin gerçekleşmesiyle birlikte özel radyo-televizyon yayıncılığı da yasal bir zemine oturmuştur. Bu yasalara göre kurulan ve yine bu yasalara göre kurulamayan yerel yayın kuruluşlarının ekonomik, sosyal ve siyasal sistemdeki yeri ve rolü bu tezin konusunu oluşturmuştur.

2. Tezin Amacı

Genel siyasal şartların belirlediği kitle iletişim araçlarının çalışma düzenini ifade eden sınıflamalar ne kadar farklı adlarla incelenip açıklanmaya çalışılsa da bu çalışma düzeninin “sistem” olarak belirlemek, geçerliliğini sürdüren bir yaklaşımdır.² İletişim sistemleri ile temel ekonomik siyasal ve sosyal aktörler arasında bir ilişki mevcuttur. Bu ilişki bir yandan formel anlamda anayasalar, kanunlar, yönetmelikler ve politika programları ile belirlenirken diğer yandan da informal yapıdaki ama en az formel olanlar kadar kurumsallaşmış tarihsel süreç içerisinde biçimlenmiş ve belirlenmiş değer yargıları ile de süreçsel normlarla şekillendirilmektedir³. Aslında bütün bunlar iletişim sisteminin içinde yer aldığı siyasal kültürün ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Bu tezin amacı yerel yayın kuruluşlarının bu sistemdeki yerini ve rolünü ortaya koyarken demokrasi kültüründen nasıl etkilendiğini ve nasıl etkilediğini saptamaktır.

¹ Sezer, AKARCAI, *Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*, Ankara, 1997, s.139.

² a.k., s.39.

³ Bülent, ÇAPLI, *Televizyon ve Siyasal Sistem*, İmge Kitabevi, Ankara, 1997, s.14.

3. Tezin Önemi

İletişim araçları ile siyasal kurumlar arasındaki ilişkinin temelinde, iletişim kurumlarının ne kadar özerk olduğu ve bu özerkliğin ne tür yöntemlerle ne ölçüde kısıtlandığı yatmaktadır. İşte bu nedenle toplumun siyasal ve kültürel yapısı, iletişim araçlarının bağımlılık ile özerklik arasındaki çizginin neresinde yer aldığını belirlerken, yayın kuruluşlarının ekonomi politiği ile kurumsal yapısı ve insan kaynakları da siyasal kültürünü etkilemektedir. Bu tez, iletişim sistemiyle siyasal kültür, yerel radyo, kamusal alan, kitle iletişim araçlarında temsil olanakları ve demokratikleşme tartışmalarına bir açıklık getirirken, kamu hizmeti yayıncılığı kavramını da tartışmaya açmış olacaktır.

4. Tezin Yöntemi

4.1. Kuramsal Çerçeve : Genellikle siyasetçilerin ya da bürokratlardan oluşan politika yapıcılarının, siyasal gündemdeki konuları ele almak üzere standart yöntemler geliştirdiklerine inanılır. Ancak bu, pratikte böyle gelişmemektedir. Farklı sektörlerde farklı politika oluşum süreçleri hep var olmuştur.⁴ Bu nedenle siyasal bir sistemin temel özelliği olarak farklı sektörlerde farklı politika yöntemlerinin uygulanması durumunda o topluma özgü bir politika tarzını araştırmak oldukça güçtür. Herhangi bir politika alanının diğerlerinden çok farklı bir biçimde sadece kendi seçkinleri tarafından yönlendirilmesi durumunda karşımıza aynı siyasal sistem içerisinde farklı politika tarzları çıkmaktadır. Bu farklılık, sektörler arasında görülebildiği gibi aynı sektörde bile farklı politika tarzları olabilmektedir. Yasa

⁴ a.k., s.13.

yapıcı ve uygulayıcılar ile yerel radyo ve televizyonlar arasındaki karşılıklı ilişki birbirlerini niçin ve nasıl etkiledikleri, bu karşılıklı etki sırasında rol alan yan etkenler karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir. Bazı toplumlar sosyal sorunlara çözüm ararken daha uzlaşmacı ve tepkisel yaklaşımlar sergilerken bazı toplumlar da bir yandan uzlaşmacı yaklaşımlar gösterirken bir yandan da sorunlara etkisel yaklaşımı vurgulayan normatif değerler dizisini de uygulayabilmektedir. Uzlaşmayı fazla önemsemeyen toplumlarda ise devletin herşeye karşı baskıcı bir yaklaşım içerisinde olduğu görülür. Bu daha çok endüstri sonrası toplumlarda, hükümetlerin sorunlara ileriye düşünerek yaklaşmak yerine tüm toplumsal muhalefete rağmen tepkici bir eğilimi tercih etmek şeklinde görülür. Bu çalışmada bu sorunlar, geleneksel yaklaşım ile eleştirel yaklaşımların bir karşılaştırması yapılarak ele alınacak, bu çerçevede yerel radyolar ile siyasal iktidar ilişkisi ve demokrasi kültürü incelenecektir.

4.2. Varsayımlar : Araştırma kapsamına temel oluşturan varsayımlar şöyledir:

Yerel radyolar gerek yapısal özellikleri, gerek işletme biçimleri, gerekse program içerikleri ya da program çeşitliliği olsun bütün özellikleriyle ulusal yayın yapan radyo ve televizyonlara alternatif teşkil ederler.

Yerel Radyolar gerek yapısal özellikleri gerekse program içerikleriyle toplumun her kesiminin dilediğince kamusal alana çıkabileceği bir zemin yaratırken bu özellikleriyle de hem kamusal alana çıkmak isteyenlere temsil edilebilme olanaklarını sunarak kitle iletişim araçlarında temsil edilebilen kesimlerin çeşitlilik yelpazesini genişletir, hem de siyasi iktidarın kontrolündeki alanın demokratik

gelenekten sapması tehlikesine karşı bir emniyet sübabı görevi görürler. Türkiye'deki yerel radyolar ise genel olarak yerel radyoların bu temel özelliklerini taşımazlar.

Türkiye'deki yerel radyolar coğrafi özellikler bakımından yerel radyolardır. Yapısal özellikler bakımından yerel radyo özellikleri göstermezler.

4.3. Kapsam ve Sınırlılıklar : Çalışmanın kapsamı olanaklar ölçüsünde geniş tutulmaya çalışılmıştır. Yapılan alan araştırmasında yedi coğrafi bölge de araştırma kapsamı içine alınmıştır. Her coğrafi bölgeden en az 2 il/ilçe olmak üzere toplam 24 yerleşim biriminde alan araştırması yapılmıştır.

4.4. Veri Toplama Tekniği : Çalışmada yerel radyoların sahipleri, yöneticileri ve çalışanlarıyla yüzyüze görüşmeler yapılmış, radyolar gözlemlenerek yayın plasmanları, politikaları incelenmiştir. Soruların odak noktalarını görüşme yapılan kişilerin ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarını, yayın kuruluşlarının yayın politikalarını, yayın içeriklerini ve teknik altyapılarını belirleyici sorular oluşturmuştur.

5. Tezin Planı

Çalışma, 4 bölüm olarak tasarlanmıştır. Birinci bölümde kitle iletişim araçları demokrasi ilişkisi, kitle iletişim araçları ideoloji ilişkisi ve kitle iletişim araçları kamusal alan ilişkisi, eleştirel kuramlarla geleneksel kuramın kitle iletişim araçlarına yaklaşımları, kitle iletişim araçlarına nasıl baktıkları ele alınmıştır.

İkinci bölümde dünyada ve Türkiye’de kitle iletişim sistemleri açıklanırken dünyada iletişim sistemlerini düzenleyici örgütler ve Türkiye’de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu örneği ele alınmıştır. Yine bu bölümde kitle iletişim araçları siyasal sistem ilişkisi ve bu çalışmada çok sık kullanılan birbirine karışan ya da karıştırılan kavramlar olan kamu, kamu yararı ve kamu hizmeti yayıncılığı da açıklanmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde yerel radyoların tarihçesi, dünyada yerel radyo sistemleri incelenmiş, dünyadan örnekler verilmiş ve Türkiye’deki yerel radyo yayınları hem tarihsel gelişimi hem de hukuki statüsü bakımından incelenmiştir.

Dördüncü bölümde tezin varsayımlarını sorgulayabilmek için yapılmış alan araştırması yer almaktadır. Bu araştırma, Türkiye’de yerel radyoların özellikleri, örgüt yapısı, yerel radyolarda temsil edilebilme olanakları, kuruluş özellikleri ve program içeriklerini kapsamaktadır.

I. BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE DEMOKRASİ

1. Kitle İletişim Araçları Demokrasi İlişkisi

Demokrasi terimi Yunanca'daki 'demos' ve 'kratos' sözcüklerinin birleşmesinden oluşur halkın yönetimi demektir.⁵ Üzerinde en çok tartışılan kavramlardan biridir. Günümüzde demokrasi kavramı üzerine birçok farklı yaklaşım, yüzlerce farklı tanım bulabilmek, birçok alternatif demokrasi modelinden söz edebilmek mümkündür. Demokrasi üzerindeki ilk yazılı değerlendirmeye İÖ. 5. yüzyılda 'Herodot Tarihi' adlı yapının üçüncü cildinde rastlanır. Bu yapıtta demokrasi "halkın yönetimi, yasalar önünde eşitlik, bütün sorunların açık tartışmaya sunulması, yöneticilerin makamlarından hareketle sorumlu tutulmaları"⁶ şeklinde açıklanmaktadır. Demokrasi sözcüğü ilk olarak ortaya çıktığı İ.Ö. 5. yüzyıldan günümüze gelinceye kadar birçok düşünür demokrasi kavramının gelişmesine katkıda bulunmuş, bu düşünürlerden Aristo, Sokrates, John Locke, Montesquieu, Jean-Jacques Rousseau, Benjamin Constant, John Stuart Mill, Alexis de Tocqueville gibi isimler demokrasi kavramının gelişmesinde önemli basamaklar olmuşlardır. Günümüzde demokrasi kavramı üzerinde en çok tartışılan kavramlardan biridir. Demokrasi sözcüğü yaklaşık 100 yıl öncesine kadar siyasal bir kavram olarak kullanılmıştır. Demokrasi denince bundan siyasal demokrasi, hatta bu kavram tek başına kullanıldığında (Marksist Demokrasi kavramında olduğu gibi önüne bir

⁵ Toktamış, ATEŞ, **Demokrasi**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994, s.116.

⁶ Ahmet Taner, KIŞLALI, **Siyaset Bilimi**, Ankara Üniversitesi, Ankara, 1987, s.390.

belirteç gelmediğinde) burjuva demokrasisi anlaşılabilir. ⁷ Ancak bugün, siyasal olmayan ve siyasallığı ikinci derecede kalan demokrasiden de söz edilmektedir. Sanayi demokrasisi, iktisadi demokrasi, semiyotik demokrasi gibi kavramlar, bugün kullanılan ve kullanımıyla demokrasiye siyasal olmak dışında başka anlamlar kazandıran kavramlardır. Kullanılmaları yanlış olmayan, demokrasiye verdikleri anlamlarla tamamiyle meşru olan bu ve benzeri kavramlar demokrasi kavramı üzerindeki anlam çeşitliliğini artırmaktadır.

‘Demokrasi’ sözcüğünün tek başına kullanımı yani önünde niteleyici bir sözcük olmadan siyasal demokrasiyi anlatması, demokrasinin önce ve en başta siyasal bir kavram olmasından dolayıdır. Bugün demokrasi kavramı sadece siyasal anlamıyla bile çok farklı çağrışımlar yapan bir anlam çeşitliliğine sahiptir. Burjuva demokrasisi, Marksist demokrasi, yeni demokrasi, İslami demokrasi, çağdaş demokrasi, radikal demokrasi gibi kavramların çokluğu ve bu kavramların hepsinin farklı birer alternatif demokrasi yaklaşımı sunuyor olması demokrasi kavramının üzerindeki tartışmaların çeşitliliğini göstermektedir.

Bu çalışmada demokrasi kavramından kastedilen Alexis de Tocqueville’in görüşlerinden temellenen, sorunu kitle iletişim araçlarında tüm çıkar gruplarının temsil ediliyor olması ve kitle iletişim araçlarının mülkiyetinin kimlere ait olduğu üzerine kuran radikal demokrasi-bakış açısıdır.

Alexis de Tocqueville özgürlüklerin korunabilmesi için yerinden yönetim ve kitle örgütlerinin varlığının ve etkinliğinin temel koşul olduğunu söylemiştir. “Yönetim yetkilerinin tek merkezde toplanmasının önlenmesi ve özerk bölgelere

⁷ Giovanni, SARTORI, *Demokrasi Teorisine Geri Dönüş*, Yetkin Yayınları, Çeviren: Süleyman İRVAN, Ankara, 1993, s.9.

dağıtılmasıyla yalnız siyasal özgürlükler güvence altına alınmakla kalmayacak, aynı zamanda yurttaşların, kendi yörelerinin ortak sorunlarıyla ilgilenmeleri sağlanmış olacaktır.”⁸ Dernekler, birlikler gibi kurumlar ve kitle örgütleri aracılığıyla da yurttaşların sorumluluk duygularının geliştirilmesinin yanısıra, farklı çıkarların savunulması sayesinde toplumda çoğulculuk sağlanabilecek, toplumun baskıcı bir yönetime kayması da engellenebilecektir.

Alexis de Tocqueville’in bu görüşleri gerçek anlamda çoğulculuk ve demokratik platformlarda eşit koşullarda temsil edilebilmek açısından önemli dayanaklar sağlamaktadır. Radikal demokratik bakış açıları da işte bu düşüncelerden temellenerek çağdaş demokrasiler içinde kitle iletişim araçlarının rolü üzerine yeni bakış açıları sunmaktadırlar.

Radikal demokratik yaklaşımlarda demokratik bir kitle iletişim sistemi için önkoşul, toplumdaki tüm çıkar gruplarının kitle iletişim araçlarında temsil edilebiliyor olmasıdır. Kitle iletişim araçları, çıkar gruplarının kamusal alana katılımlarını kolaylaştırmalı, kamuoyunu ilgilendiren tartışmalara katkı yapabilmelerini sağlamalı, kamu politikalarının şekillenmesinde söz sahibi olmalarını olanaklı kılmalıdır.⁹ Kısaca radikal demokratik yaklaşımlarda kitle iletişim araçlarının temel görevi demokratik çıkarlar içinde yarışan çıkarlara hakemlik etmek ve demokratik tartışmaları desteklemek biçiminde tanımlanmaktadır.

Geleneksel liberal yaklaşım içinde kitle iletişim sisteminin serbest pazar koşulları içerisinde düzenlenmesi gerektiğine inanılır. Bu kitle iletişim araçlarının

⁸ Ahmet Taner, KİŞLALI, a.g.e., s.395.

⁹ James, CURRAN, “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1993, Çeviren: Süleyman İRVAN, Ankara, 1994, s.217.

devletten bağımsızlığının temel ilkesidir. Geleneksel yaklaşım içerisinde kitle iletişim araçlarının bağımsızlığı genel olarak devletin müdahalesinden korunmak olarak yorumlanmıştır. Radikal demokratik yaklaşımlarda ise kitle iletişim araçlarının bağımsızlığı sadece siyasal iktidar ile sınırlı tutulmamış, baskının sadece siyasal iktidardan değil, hakim sınıflardan da gelebileceği vurgulanmıştır. Bundan hareketle serbest pazarın asla uygun olamayacağı savunulup, serbest pazar sisteminin er veya geç egemen sınıf çıkarlarına uygun olacak biçimde çarpıtılan bir sisteme dönüşeceği vurgulanmıştır. Bu nedenle de kitle iletişim sisteminin yapılanmasında devletin düzenleyici bir rol üstlenmesi gerektiği genel olarak kabul görmüştür. Elbette bu düzenlemenin niteliği ve ne şekilde olduğu da çok önemlidir.

Kitle iletişim sistemlerinin yapısının demokratik olup olmadığı, sisteme devletin ne kadar müdahale ettiğinden çok hangi temellerde nasıl müdahale edebildiği sorusunda yatmaktadır. Bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler görüşü demokratik bir görüş değil, güçlünün zayıf üzerindeki tahakkümünü artıran bir bakış açısıdır. Burada temel sorun, devletin özgürlüğün koşullarını sağlayıp sağlayamadığıdır. Bu koşulların temelinde ise toplumun tüm kesimlerinin kitle iletişim araçlarında eşit koşullarda ve özgürce temsil edilip edilemediği yatmaktadır. Bunun ne şekilde olduğu ya da olamadığı, hangi koşullarda sağlanabildiği ya da sağlanamadığı kitle iletişim araçlarının rolünün ne şekilde tanımlandığı, kitle iletişim araçlarının nasıl ve ne şekilde konumlandırıldığıyla yakından ilişkilidir.

Bu çerçevede kitle iletişim araçları ideoloji ilişkisi ile kitle iletişim araçları ve kamusal alan konularına öncelikle değinmek tartışmalara bir temel oluşturabilmek açısından önem taşımaktadır.

2. Kitle İletişim Araçları İdeoloji İlişkisi

İdeoloji kavramı ilk kez Fransız filozof Destutt de Tracy tarafından düşüncelerin ve duyguların çözümlenmesiyle insan doğasını anlamayı olanaklı kılacak yeni bir bilim tasarımı tanımlamak amacıyla 1796 yılında kullanıldı.¹⁰ Kavram ilk kullanımında olumlu ve ilerlemeci bir içeriğe sahipti. Sonraları Napolyon'un toplumsal düzene tehlike getiren yıkıcı bir doktrin olarak sunması ile ideoloji kavramı kötüleyici bir anlam kazanarak politik arenaya kayd.

İdeoloji kavramı ilk olarak Fransız filozof Destutt de Tracy tarafından ortaya atıldıysa da Marksizm ile birlikte gelişmiş ve olgunlaşmıştır. Marksizmde ideoloji, bir yandan bir yanılsama olarak ele alınırken, diğer yandan da bir toplumsal sınıfın (Marksizmde bu sınıf burjuva sınıfıdır) düşünsel donanımı olarak da ele alınmaktadır. Marks'ta ideoloji olumsuz içerik yüklüdür. Marks'a göre ideoloji, piyasa ilişkileri içerisinde ve piyasa aracılığıyla üretilmektedir. "Piyasanın sahip olduğu öne sürülen 'özgürlük, eşitlik, mülkiyet ve faydacılık' ilkeleri, Marks için burjuva politik ideolojisinin temelleridir. Olumsuz içeriğiyle Marks'taki ideoloji kavramı, bir bozulma ve çelişkilerin yanlış temsilini kapsamaktadır. İdeoloji, Marks'ta gerçekliğin tersyüz edilmesidir. Ve yine ideoloji, Marks tarafından asla 'yanlış bilinç' sözcükleriyle ifadelendirilmese de, Marks ve Engels'te yanlış bilincin bir biçimini kapsamaktadır. Hiçbir zaman sınıf ideolojilerinin çoğulluğuna göndermede bulunmayan Marks, Engels ile birlikte daima burjuva ideolojisi karşısında yer almıştır."¹¹

¹⁰ Çiler, KELEŞ, *Medya ve Özelleştirme*, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara, 1997, s.18.

¹¹ Larrain JORGE'den aktaran Çiler KELEŞ, *a.k.*, s.19.

Marks'tan sonraki dönemde ideoloji kavramı, tarafsız bir anlam kazanmış ve gerek Marksizm içinde gerekse diğer toplumsal bilimlerde bütün sınıfların politik düşünceleri ya da bakış açıları anlamında tanımlanmıştır ve ideoloji soruları bir toplumda çatışan çıkarlara sahip farklı grupların nasıl birlikte olabildikleri konusu üzerinde yoğunlaşmıştır.

Samuel Becker'e göre ideoloji, dünyayı ve kendimizi algılama biçimimizi yönetir. Doğal ya da aşikâr diye gördüklerimizi kontrol eder. İdeoloji dünyayı görmemize aracılık eden, eylemlerimizi ona uydurduğumuz bütünleşmiş bir gönderme çerçeveleri dizgesidir¹². Raymond Williams ideolojiyi bir dünya görüşü ya da bir sınıf bakışı olarak soyutlanabilecek, görece olarak biçimsel ve eklemellenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi olarak tanımlar.

Raymond Williams ideolojinin üç temel kullanımını şöyle belirlemiştir :

1. Belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi.
2. Doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi, yanlış fikirler ya da yanlış bilinç.
3. Anlam ve fikir üretiminin genel süreci¹³.

Burada ideoloji durağan bir değerler dizgesi değil bir pratiktir.

Bir pratik olarak ideoloji kuramı Louis Althusser tarafından geliştirilmiştir.

“Althusser, Saussure ve Freud'un fikirlerinden etkilenmiş ve böylece Marks'ın daha

¹² Pamela, SHOEMAKER, ve Stephen, D.REESE, “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, **Medya Kültür Siyaset**, Bilim ve Sanat Yayınları, Derleyen ve Çeviren: Süleyman İRVAN, Ankara, 1997, s.100.

¹³ John, FİSKE, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Bilim ve Sanat Yayınları, Çev. Süleyman İRVAN, Ankara, 1996, s.212.

ekonomi ağırlıklı kuramlarını açıklamak için yapı ve bilinçdışı kuramlarını kullanmıştır.”¹⁴. Marks’a göre ideoloji oldukça açık bir kavramdı. Yönetici sınıfın fikirlerinin toplumda doğal ve normal görülmesini sağlayan bir araçtı. Marks’ta tüm bilgiler sınıf-temellidir. İçlerinde ait oldukları sınıfın özelliklerini taşırlar ve bu sınıfın çıkarlarının ilerletilmesi için çalışırlar. Marks, alt sınıfın, yani işçi sınıfının kendi toplumsal deneyimlerini, toplumsal ilişkilerini ve dolayısıyla kendilerini, kendilerine ait olmayan fikirler aracılığıyla anlamaya yönlendirildiklerini söyler.

Marks’a göre, burjuva ideolojisi işçileri ya da proleterayı, yanlış bilinç durumu içinde tutmuştur. İnsanların, kim oldukları, toplumla nasıl ilişkilendirildikleri ve toplumsal deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları konusundaki bilinçleri, doğa ya da biyoloji tarafından değil toplum tarafından üretilmektedir.

Yanlış bilinç olarak ideoloji kavramı Marks’ın kuramı açısından çok önemliydi, çünkü kapitalist toplumlardaki çoğunluğun kendilerini ikincil konuma iten bir toplumsal sistemi niçin kabullendiklerini açıklıyor görünüyordu. Ancak Marks, ekonomik gerçekliğin en azından uzun dönemde ideolojiden daha etkili olduğuna inanıyordu. Marks’a göre işçiler kaçınılmaz olarak burjuvaziyi yıkacaklar, sınıf tahakkümünün olmadığı ve bir sınıfın çoğunluğu sömürmediği bir toplum yaratacaklardı. Böylece onları yanlış bilinç durumu içinde tutmaya gerek kalmayacaktı. “Adil ve eşitlikçi bir toplumda ideolojiye gerek yoktur, çünkü herkes kendisi ve toplumsal ilişkileri hakkında ‘doğru’ bir bilince sahip olacaktır”¹⁵.

Ancak, yirminci yüzyıl içinde kapitalizmin içsel bir devrimle yıkılmayacağı ve Rusya’daki devrimin Avrupa’ya ve batı dünyasına yayılmayacağı ortaya çıktı.

¹⁴ a.k., s.221.

¹⁵ a.k., s.222.

Ancak kapitalizm, üyelerinin çoğunluğunu hala ikincil konumda tutmaya ve azınlık çıkarları doğrultusunda sömürmeye devam ediyordu. Bu durumu açıklayabilmek için, Althusser gibi Marksist düşünürler daha gelişkin bir ideoloji kuramı geliştirdiler. Geliştirilen bu kuram ideolojiyi toplumun ekonomik temeliyle çok yakın bir neden-etki ilişkisinden özgürleştirdi ve onu, bir sınıfın diğerine kabul ettirdiği bir fikirler dizgesinden çok, tüm sınıfların katıldığı süregiden ve her yana yayılmış pratikler dizgesi olarak yeniden tanımladı. “Tüm sınıfların bu pratiklere katılması, bu pratiklerin artık başat sınıfın çıkarlarına hizmet etmediği anlamına gelmemektedir, aksine bu hizmeti kesinlikle yerine getirirler. Yeniden tanımlanan ideoloji, Marks’ın inandığından çok daha etkilidir, çünkü dışarıdan değil içeriden işlemektedir. Tüm sınıfların düşünce ve yaşam biçimlerine derinden işlemiştir.”¹⁶

Althusser’in ideoloji kavramlaştırmasında önemli bir kilometre taşı olan Devletin Baskıcı Aygıtları ve Devletin İdeolojik Aygıtları arasındaki işlevsel ayrım sonucunda ideoloji, maddi bir pratik olarak kavramlaştırılmaktadır.

Althusser’e göre ideoloji, bireylerin kendi varoluş koşullarıyla hayali ilişkilerinin bir temsilidir: İdeoloji, gerçekliğin bir temsili değil, gerçeklikle kişilerin yaşadıkları bir ilişkinin temsilidir.¹⁷ İnsanın kendi dünyasıyla yaşadığı bu ilişki hem hayalidir hem de gerçektir. Althusser, İdeolojinin maddi bir varlığı bulunduğunu söyler. İdeoloji maddîdir, çünkü o, daima aygıtlar ve pratikler içerisindedir. Bu maddilik, dillere ve ritüellere de gönderme yapmaktadır. İdeoloji, bireyleri öznel olarak çağırır. Gündelik yaşamın maddi ritüelleri içindeki somut işlevinden dolayı,

¹⁶ a.k., s.223.

¹⁷ Louis, ALTHUSSER, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İletişim Yayınları, Çeviren: Yusuf ALP – Mahmut ÖZİŞİK, İstanbul, 1991, s.52.

her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır.¹⁸ Althusser, öznelere kendilerinin, toplumsal kategoriler içinde farkına vardığını belirtir: “Bu gerçekten benim, buradayım, bir işçi, patron veya asker...” Seslenilen olarak kendimizi farkedişimiz ve iletişime yanıt verişimiz içinde biz, kendi toplumsal ve bundan dolayı da ideolojik inşaamıza katılırız. Çağırma, ideolojik pratiğin anahtar parçasıdır.

Althusser’in bir pratik olarak ideoloji kuramı, Marks’ın yanlış bilinç olarak ideoloji kuramının ileri bir aşamasıdır, ancak Althusser’in kuramı, azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde ideolojinin rolünü vurgular. Althusser’e göre devletin baskı aygıtının yanında olan fakat ondan farklı bir ideolojik aygıt olan bu kavram devletin ideolojik aygıtlarıdır.

Devletin ideolojik aygıtları birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumlardır. Bunlar özel alanda bulunurlar. Devletin ideolojik aygıtları ideolojiyle işler. Burada baskı en son kerte de çok hafifletilmiş, gizlenmiş, hatta sembolik olarak görülür.

Devletin ideolojik aygıtları devletin aygıtı olabildiği gibi kimi durumlarda direnişlerin merkezi de olabilirler. Çünkü bunlar devletin baskı aygıtlarının çok zor ulaşabileceği kurumlardır. Althusser şu kurumları devletin ideolojik aygıtları olarak kabul etmiştir.

- “Din (değişik kiliseler sistemi)
- Eğitim (değişik, özel ve devlet okulları sistemi)
- Aile
- Hukuk
- Siyaset

¹⁸ a.k. , s.60.

- Sendika
- Haberleşme (basın, radyo, televizyon vb.)
- Kültür (edebiyat, güzel sanatlar, spor vb.)”¹⁹

“Althusser, trajik yaşamı içinde, toplumunun ideolojik trajedisini özne için yazmıştır. İdeoloji sorununu ele alırken kurduğu içinden çıkılmaz karamsarlık, bir yandan maddi bir pratik olarak ideolojinin incelenmesine yol açarken diğer yandan “baskı” ve “ideolojik” aygıtları ile bireyi medusa gibi sarmalayan bir “kapitalist” devlet kavramını da beraberinde getirmiştir. Althusser’in kuramında, zor ve rızayı birbirinden ayırarak ele alan Gramsci’nin izlerini görmek mümkündür.”²⁰

Avrupalı ikinci kuşak Marksistlerden olan Antonio Gramsci bu alana yeni bir terim kazandırmıştır: hegemonya. Bu kavram çerçevesinde ideolojiyi bir mücadele olarak düşünebiliriz. “Gramsci’de hegemonya sözcüğü, bir yönetici gücün, kendi egemenliği için, hükmettiği insanların rızasını alma biçimi anlamında kullanılır. Bununla birlikte sözcük Perry Andersson’un ortaya koyduğu gibi, bazen hem rıza hem de baskı anlamını birlikte içerecek geniş bir şekilde de kullanılmaktadır.”²¹ Böylece hegemonya ideolojiden daha geniş bir kategori olarak göze çarpar. Hegemonya ideolojiyi kapsar ancak ideolojiye indirgenemez. Kısaca, hegemonya, çoğunluğun kendisi ikincil konuma koyan sisteme rızasını sürekli biçimde kazanılmasını ve yeniden kazanılmasını içerir.

“Hegemonya zorunludur ve sıkı biçimde işlemek zorundadır, çünkü ikincil sınıfların toplumsal deneyimleri, başat ideolojinin kendileri ve toplumsal ilişkileri

¹⁹ a.k., s.33.

²⁰ Ayşe, İNAL, **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996, s.59.

²¹ Çiler, KELEŞ, a.g.e., s.23.

için çizdiği resimle sürekli olarak çelişir. Diğer bir deyişle, başat ideoloji, ilerletmeye çalıştığı toplumsal düzene insanların rızasını kazanmak için üstesinden gelmek zorunda olduğu dirençlerle sürekli olarak karşılaşır. Bu dirençler kırılabilirler ancak asla tümüyle yok edilemezler. Bu yüzden, hegemonyanın zaferi ve kazandığı rıza kaçınılmaz biçimde istikrarsızdır; asla elde bir olarak görülemez ve bu yüzden sürekli olarak yeniden kazanılmak ve üstünde mücadele edilmek durumundadır.²²

Hegemonya, yönetici sınıfın egemenliğini sürdürme araçlarına gönderme yapan bir terimdir. Kitle iletişim araçları, sürekli olarak tutarlı bir ideoloji ile toplumsal yapıyı, yönetilen sınıfların tahakküm altına alınmalarına kendi rızalarıyla katılımları aracılığıyla yeniden üreten ve haklılaştıran bir dizi ortak duyuşal değerler ve mekanizmalar üreterek hegemonyacı bir işlev görürler.

Gitlin hegemonyayı, “kurulu düzene gösterilen kitle rızasının sistemli biçimde yönlendirilmesi” olarak tanımlamaktadır. Denetim, egemen iktidarın kendi otoritesini sürdürmek için aradığı meşruluğu feda etmeden sürdürülmelidir. Hegemonya altında ideoloji, farklı değerleri sürekli olarak özümsemek ve birleştirmek zorunda olan özünde çatışmacı ve dinamik bir süreç olarak kabul edilir.

Raymond Williams’ın sözcükleriyle, hegemonya “bir egemenlik biçimi olarak edilgin biçimde varolmaz. Sürekli olarak yenilenmek, yeniden yaratılmak, savunulmak ve değiştirilmek zorundadır.”

Tıpkı ideoloji gibi hegemonya da durağan değildir ve sürekli olarak yeniden müzakere edilmek zorundadır. Yani toplumun ideolojik taleplerine uyumlu hale getirilmek zorundadır.

²² John, FISKE, a.g.e., s.234.

İdeolojik etkiler gizlice gerçekleştirilen şeyler değildir. İdeoloji bir televizyon yöneticisi, bir yayımcı ya da yöneticiler kurulu tarafından perde arkasından yönetilen bir şey değildir. İdeoloji, sistemin işleyişinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkar²³. Çünkü ancak meşruluk ve rıza yoluyla, yönetici sınıfların ideolojiler alanını olumlu bir şekilde hegemonya inşaa etmek için kullanabilmeleri mümkün olur. Varolan sistemin baskı altında kalan sınıflardan belli bir kabul görmesi de meşruluk ve rıza yoluyla gerçekleşebilir. Bu meşruluk ve rıza da yeniden şekillenerek, yeniden yapılanarak sağlanır.

Kitle iletişim araçlarının ideolojik rolünü, ideolojinin yeniden üretilmesi ve yeniden yapılanması, başat sisteme meşruluk kazandırılması bağlamında ele alan Hall, şu iki noktayı öncelikle vurgular:

“a- Kitle iletişim araçları, grupların ve sınıfların öbür gruplara ve sınıflara ilişkin bir hayat, anlam, pratik ve değer imgesi inşaa etmelerinin temelini sağlamaktan sorumlu hale gelmektedir.

b- Kitle iletişim araçları, Çağdaş sermaye ve üretim koşulları altında daha karmaşık hale gelen ve bölük pörçük parçalardan oluşan toplumsal totalitenin çoğulcu bir bütün olarak kavranabilmesi için gereken imgeleri, temsilleri ve düşünceleri sağlamaktan daha çok sorumlu hale gelmektedir.”²⁴

Diğer Marksist temelli bakış açılarında olduğu gibi Hall’ün yaptığı bu belirlemede de kitle iletişim araçları ideolojik bir işi yerine getirmektedir. Yapılan bu ideolojik işi Hall üç başlıkta toplamıştır:

²³ Pamela, SHOEMAKER ve Stephen, D.REESE, a.g.e., s.133.

²⁴ Stuart, HALL, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü” **Medya, İktidar, İdeoloji**, Ark Yayınevi, Derleyen ve Çeviren: Mehmet KÜÇÜK, Ankara, 1994, s.200-201.

“a-Üniter bir yönetici sınıfın ‘dünyalarından’ daha fazla sayıda ve çeşitlikte dünyaları temsil ederek ve sınıflandırarak modern dünyanın ‘çoğulluğunu’ yansıtmak

b-Toplumsal bilgiyi inşa ederken yeğlenen anlamlar ve yorumlar içinde yapacağı sınıflandırma ve düzenleme ile belli gerçeklerin içerilmesi ve diğerlerinin dışta bırakılmasını gerçekleştirmek,

c-Örgütlenmemiş kitleler karşısında iktidarın büyük örgütleyici merkezlerinden gelen seslere, iktidarı tanımlamada ve sınırlandırmada daha büyük bir ağırlık vererek yapılaşmış uyulaşımın üretimi ve meşruluğun inşasında etkinliklerini sağlamak.”²⁵

Kitle iletişim araçları bu ideolojik işlevlerini karmaşık, belirsiz ve hatta çelişkiler ortamı diyebileceğimiz bir ortamda yerine getirmektedir. Bu çelişkiler zaten toplumsal ve kültürel ortamda vardır. Kitle iletişim araçları işte tüm bunları eklemleme, dışarıda bırakma ve seçme mekanizması ile yeniden üretir. Hegemonyanın yeniden üretilmesi gibi.

Kitle iletişim araçları haber değeri, denge, tarafsızlık vb. kavramlarla ideolojik fonksiyonunu bir anlamda gizler ve meşruiyetini sağlayarak kitleler üzerindeki etkisini sürdürür.²⁶

“Kitle iletişim araçları belirleyici olarak verilerini seçer. Yalnız burada nasıl seçeceklerine medya profesyonellerinden çok bu seçme işlevinin belirlenmiş çevrede ve çerçevede yapılması daha fazla etki eder. Sonuçta medya profesyonelleri bu

²⁵ a.k., s.201-203.

²⁶ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.29.

ortamdan etkilenen beslenen, kabul görmüş değer yargılarını özümsemiş ve siyasal iktidarla yakın ilişki içinde olanlardır.”²⁷

İnsanları birbirine bağlayan ve ortak bilinci oluşturan bu değerler günümüzde kitle iletişim araçları ve ağırlıklı olarak radyo ve televizyon tarafından oluşturulmaktadır. Radyo ve televizyon, siyasal süreci biçimlendiren, çeşitli düşünce ve akımları kendinde toplayarak kendine özgü bir akım oluşturan, genel bir dünya görüşünü biçimlendiren araçlardır. Bunları da objektif görüntü altında profesyonel bir seçim, ayıklama ve sunma yaparak gerçekliği farklı boyutta ve sisteme uygun olarak yeniden üreterek yaparlar.

Radyo ve televizyon enformasyon, eğlence ve tecimsel reklam gibi en önemli üç işlevini arka arkaya uygun bir dizge ile aktarır.” Bu nedenle başta radyo ve televizyon olmak üzere kitle iletişim araçları tüm toplumlarda merkezi ve en etkin güdüleme aracı olmuşlardır. Tüm gerçek ve kurumsal yapılara karşın, bizlere düşsel bir dünya sunarak, günümüz toplumlarında yeni mitler üretmekte, sistemin vazgeçemediği araçlar olarak, gelişmekte olsun olmasın tüm toplumlarda önemli roller üstlenmektedirler”²⁸

Bu rollerini yerine getirirlerken çatışma, yüzyüze gelme, doruk nokta, aksiyon ve çözüm gibi drama unsurlarına yaslanarak, bu anlam örgüsünü kitleye sunarlar. Ve tüm bunları yaparken, kitlede yüksek prestij yüklenerek kabul görürler.

Bu kabul görmede radyo ve televizyonun özellikleri de önemli bir etken olmaktadır. Bu araçların izleyiciyle konuşur gibi olması özellikle yazılı basına göre

²⁷ a.k., s.29.

²⁸ a.k., s.32.

daha ikna edici bir nitelik kazanmasına neden olmaktadır. Yayınlar karşılıklı yapılan bir konuşma gibi etkilidir ve izleyici konuşmacının kişiliğini hissedebilir. İzleyici duyduğu ya da gördüğü kişinin hemen o anda kendisine seslendiğini hisseder. Bu seslenişin evde, aile yaşamı içinde olması yakın, birebir ve içten bir durum yaratılmasına neden olur. Radyo ve televizyon olayları daha dramatik bir hale sokup etkiyi artırabilirler. Bu özellikle her iki araçta da olmasına rağmen yalnız ses unsuru olduğundan radyoda dramatik hareketlendirme daha belirgindir.²⁹ Radyo ve televizyonda sesleri duyulan, kendileri görünen insanlar önemli ve güçlü olarak görünürler. Ünlü, radyo ve televizyonda yaratılan kişilikleriyle bilinen bu insanların inandırıcılığı daha kolaydır.

Bütün bu özellikleri ile radyo ve televizyon ideolojinin yeniden yapılanmasında ve başat sisteme meşruluk kazandırmada önemli bir rol oynasa da Althusser'in dediği gibi kimi durumlarda direnişlerin merkezi de olabilirler. Buradaki temel sorun iletişim araçlarının mülkiyetinin kimlerin elinde olduğu ya da olabildiği ve kimlerin bu araçlarda temsil edilebildiğidir. Sormamız gereken soru özgür bir kamusal iletişimin var olup olmadığı, radyo ve televizyonların herkesin kolayca ulaşabileceği, herkese açık olan bir kamusal alan sunup sunmadığıdır.

²⁹ Aysel AZİZ, *Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler*, A.Ü.İlef Yayınları, Ankara, 1996, s.50

3. Kitle İletişim Araçları ve Kamusal Alan

Gerek devletten gerekse pazardaki ilişkilerden ayrı, konuşma yoluyla siyasal katılımın gerçekleştiği kurumlaşmış bir söylemsel etkileşim arenası olarak kamusal alan demokrasi açısından oldukça önem taşımaktadır. Habermas'ın tanımladığı kamusal alan eleştirel toplum kuramı ve demokratik politik pratik için, fiili demokrasilerin sınırlarını anlamak ve alternatif demokrasi modelleri üzerine tartışabilmek için anahtar bir konum içermektedir.³⁰

Habermas, 17.yüzyıldan günümüze siyasal, toplumsal ve kültürel alanlarda iletişim kurumlarındaki gelişmeye dikkat çekmektedir. Kamusal alan olarak adlandırdığı karşılaşma alanının oluşumunu, koşullarını ve çözülüşünü incelemektedir. “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü”nde sistematik olarak bir kitle iletişim teorisi geliştirmiş ve bu çerçevede içinde ideolojinin kültürel rolünü incelemiştir. Göreli olarak küçük ölçekli, bağımsız basının gelişmesiyle birlikte harekete geçirilen bir iletişim ve tartışma alanı olarak burjuva kamusal alanı, içinde devlet otoritesinin tartışıldığı ve eleştirildiği, kendisini bilgili ve akılcı bir kamu önünde ortaya koyan bir forum yaratmıştır.”³¹ Kamusal alanın mevcudiyeti için özgür bir kamusal iletişimin varolabilmesi gerekmektedir. Habermas'ın yaklaşımında kamusal alan herkesin kolayca erişebileceği ve herkese açık olan bir alandır. Bu alan bir tartışma ve uzlaşma alanıdır. Bu alanda çeşitli argümanlar ve bakış açıları akılcı tartışma aracılığı ile paylaşılmaktadır. Bu kamusal alanın en önemli sorumluluğu hükümet politikasının sürekli olarak gözden geçirilmesinin sağlanmasıdır.

³⁰ Beybin, KEJANLIOĞLU, “Kamusal Alan, Televizyon ve Siyaset Meydanı”, *Birikim Dergisi*, Sayı 68-69, Aralık 1994-Ocak 1995, s.40.

³¹ Nilüfer, TİMİSİ, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi: İnternet Ortamında Kamusal Katılım*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi SBE Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Ankara, 1999, s.32.

Habermas 18.yüzyıl Avrupası'nda düşünce ve kanaatlerin serbestçe açıklandığı, hem devletten bağımsız hem de özel çıkarlardan uzak bir kültürel alanın varlığını öne sürer. “ Habermas’ın burjuva kamusal alanı olarak adlandırdığı bu alan yeni doğmakta olan aydınlar ve teknisyenler sınıfının aktörlüğünde kurumsallaşmış bir akılcı tartışma, bir söylemsel etkileşim, bir iletişim alanına karşılık gelmektedir.”³² 17. yüzyıl sonları ile 18.yüzyıl başlarında Paris ve Londra’da görülen radikal değişikliklerle birlikte oluşmuş bir oluşumdur bu. Bu yıllarda her iki şehir de yeniden yapılanmış, dar sokaklar yıkılmış, kent merkezine ulaşmak kolaylaşmış, kaldırımlar, geniş meydanlar yapılmış, insanlar artık modadaki değişimleri oyuncak bebeklerin giysilerinden değil gazete sayfalarından takip etmeye başlamışlar, giysi toplumsal statünün göstergesi olmaktan çıkmaya başlamış, alışverişte pazarlık döneminden büyük marketlerde etiketli açık satış dönemine geçilmiş, insanlar sokaklarda dolaşmaya, parklarda gezmeye başlamış ve kafeler sadece beyefendilerin ve sanatçıların gittiği yerler olmaktan çıkıp herkese açılmıştır. Bu dönemde Fransa’daki salonlar, İngiltere’deki kahvehaneler bütün meselelerin konuşulduğu, kültürel tartışmaların yapıldığı, saatler süren polemiklerin yaşandığı mekanlar olmaya başladılar. Bu toplumsal etkileşimde statü dikkate alınmıyordu. Tartışmalarda ortak ilgi alanları ortaya koyuluyor ve bunlar sorgulanıyordu.

Gazetelerin yaygınlaşması, aylık ve haftalık dergi satışlarının yaygınlaşması bilgiyi herkesin ulaşabileceği bir meta haline getirdi. Böylece de devletin ve kilisenin olaylar hakkında yorum yapma tekeli ortadan kalktı. Böylece herkes, tabii özellikle eğitilmiş ve varlıklı olanlar tartışmalara katılabildiler.

³² Beybin, KEJANLIOĞLU, a.g.e., s.40.

Kahvehaneler ve salonlar gibi ortak buluşma mekanlarından sonra kamu, basın ve eleştiri aracılığı ile biraraya getirildi. Aylık ve haftalık dergilerin satışının artması, günlük politik gazetelerin yaygınlaşması bir yandan o dönemin önemli edebi eserlerinin okunmasını sağlarken bir yandan da bu gazetelere önemli bir politik işlev yüklemeye başladı. “Son haberlerin satıcısından kamuoyu taşıyıcılığına ve liderliğe geçen basın tecimsel bir temeli olmasına karşın bir süre kamu kurumu olarak kaldı. Kamusal tartışma aracı ve yoğunlaştırıcısı rolünde etkin olan basın, artık yalnızca haber yayma aracı değildi, ama henüz tüketim kültürü aracı haline de gelmemişti. Entellektüel basının baskılardan kurtulması, ancak burjuva anayasal devletin kurulmasıyla gerçekleşti.”³³ Basın bundan sonra Fransa, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri’nde hemen hemen aynı zamanda ticari gazeteciliğe dönüştü. Kitle iletişim araçlarının ticarileşmesi bu araçların amaç ve özelliklerinin de köklü bir şekilde değişmesine neden olmuştur. Eleştirel rasyonel tartışma için ayrıcalıklı forum olan önceki yapısı, kültürel tüketimin alanı haline gelmiş, içeriği depolitize olmuş, satış kaygısıyla hareket ederek hem haberlerin içeriği hem de reklamlarla okur ve izleyiciler tüketici konumuna çekilmiştir.

19. yüzyılın sonlarından itibaren “basın ve propagandanın yayılmasıyla kamusal birlik burjuvazinin sınırlarının ötesine genişledi. Özel alanla sınırlı çatışmalar kamusal alanı kapladı.”³⁴ Devletin piyasalara müdahalesi arttı, ticaretin gerçekleştiği, iş ve örgütlenmeye dayalı özel alan devletle yakın ilişkili bir nitelik kazanırken, aile tam tersi yönde gelişerek iyice özelleşti. Varolan kamusal alan refah devleti olarak tanımlanan devletin müdahaleci tutumları ve sözde kamusal karakter

³³ a.k., s.42.

³⁴ a.k., s.42.

taşıyan endüstriyel kurumların genişleyen yapısı nedeniyle aşamalı olarak eritildi.”³⁵ Burjuva kamusal alanı devletin ve diğer toplumsal örgütlerin gelişimi ile birlikte 20. yüzyılda giderek eriyerek yeniden feodalleşti. Başka bir şekilde söylemek gerekirse herşey kitle iletişim araçlarının tecimselleşmesiyle başladı. Kitle iletişim araçlarının ticaretleşmesi, politik ve pratik sorunların kamunun büyük kesiminden dışlanmasına yol açtı. Hemen hemen yine aynı zamanlarda ortaya büyük ölçekli örgütlerin çıkması, devletin ekonomiye müdahalesinin artması, araçsal aklın toplumsal hayat üzerindeki artan tesiriyle depolitizasyon sürecinin ivme kazanması, ileri sanayi toplumlarında kamusal alanın eleştirel rolü ve işlevini azalttı.³⁶ Tanıtım, reklam, halkla ilişkiler etkinlikleri ve kamuoyu araştırmaları yoluyla yaratılan kamuoyu, akılcı-eleştirel tartışma ile oluşan kamusal alanın yerini aldı. Kitle iletişim araçları, güçlendirme ve akılcılık aktörlüğünden uzaklaşarak, kamunun kenara itilmesine yardımcı olan ilave bir araç haline geldi. Akılcı-eleştirel tartışmayı güçlendiren bir araç olma yerine, kamuoyunu güdülemeye başladı. Politikayı bir gösteri olarak tanımlayarak, basit, hap gibi yutulabilecek, sindirimi kolay düşünceler sunarak kamuyu edilgin tüketiciler haline getirdi.³⁷ Kamu, üretmeyen, sadece kendisine sunulan bir başka deyişle bulduğunu alımlayan bir tüketiciler yığına dönüştü. 20. yüzyılın ortalarında artık kitle iletişim araçları bir kamusal alan araçlarıdır ve bu araçlarla şekil verilen dünya yalnızca görünüşte bir kamusal alandır.³⁸

Burjuva kamusal alanının en temel özelliği herkesin bu alana serbestçe katılabilmesiydi. Basının da buradaki rolü, bir kamusal topluluk olarak biraraya

³⁵ Nilüfer, TİMİŞİ, a.g.e., s.33.

³⁶ Beybin, KEJANLIOĞLU, a.g.e., s.46.

³⁷ James, CURRAN, a.g.e. s.141.

³⁸ Nilüfer, TİMİŞİ, a.g.e., s.34 .

gelen özel şahısların akıl yürütme faaliyetini aktarıp, güçlendirmek olurdu. Bugünse bu faaliyet tersine kitle iletişim araçlarınca belirlenmekte; radyo ve televizyon stüdyoları tartışma programlarıyla, talk show programlarıyla, haber programlarıyla, dj programlarıyla bir kamusal alan olarak ortaya çıkmakta, görünüşte herkesin eşit şekilde katılabildiği ve fikrini beyan edebildiği bu programlarda üretilen ve tartışılan konular da dinleyici/izleyici tarafından tüketilmektedir.

Burada sorunsallaştırmamız gereken konulardan biri de katılımın gerçekten özgürce ve eşitçe olup olmadığıdır. Habermas, kamusal arenaya katılanların statü farklılıklarını ayraç içine alarak birbiriyle eşitmiş gibi konuşabildiklerini söylüyor.³⁹ Günümüzde elde edilen özgürlükler ya da erişebilirlik sorunu bir yana herkesin akranmış gibi davrandığı, sosyal statü farklılıklarını bir yana koyarak eşitmiş gibi davrandığı bir söylemsel etkileşimde, hitap tarzı, şive, seçilen sözcükler gibi resmi olmayan etmenlerin devreye girmesi kaçınılmaz olacaktır. Hiç de resmi olmayan ama bir sosyal statü belirleyicisi olan bu etmenlerin bile demokratik olduğu iddia edilen bu platformda bir tahakküm oluşturması kaçınılmaz olacaktır. “Bu bağlamda kültürel etmenlere, cinsiyete, mülkiyete, etnik kökene ilişkin resmi olarak ayrımcılığa dayanan açık bir tahakkümün uygulanmadığının ilan edildiği demokratik ülkelerde bile, farklılıkların değil eşitsizliklerin tanındığı ve bastırıldığı bir birlik ya da birleştirme çabası, belki örtük ama en az ayrımcılık ölçüsünde bir tahakküm tarzıdır.”⁴⁰ Bunun yanında bu alana erişebilirlik de ayrı bir sorun olarak karşımızda durmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sahipliği, kitle iletişim araçlarının mülkiyetlerinin kimlerin elinde olduğu ve kitle iletişim sisteminin nasıl örgütlendiği

³⁹ Beybin, KEJANLIOĞLU, a.g.e., s.49.

⁴⁰ a.k., s.49.

bu erişebilirliğin gerçekleşip gerçekleşmediği ya da hangi koşullar altında gerçekleşebildiği konusunda temel noktaları oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçlarının demokratik yönüyle ilgili tartışmalar elbette temsil edilebilme olanaklarının ne şekilde elde edilebildiği ile yakından ilintilidir. Radikal demokratik yaklaşımda bu anlamda bir demokratik kitle iletişim sistemi için tüm toplumsal güçlerin kitle iletişim araçlarında eşit olarak temsil edilmeleri gerekmektedir. Farklı sosyal ve kültürel özellikteki grupların, azınlıkların radyo ve televizyonlarda temsil edilebilmesi, iletişim sisteminin özellikleri, kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı demokratik kültür gibi formel ve informel tüm koşullar izin verse bile zamanla sınırlıdır. Bu tamamiyle teknik bir problemdir. Radyo ve televizyon zamanla sınırlı araçlar olduğundan ulusal yayın yapan radyo ve televizyonlarda bu temsil edilebilirlik yine de sınırlı olacaktır. Çünkü ulusal yayın yapan kuruluşlar genel beğenileri, ilgileri, asgari müşterekleri gözönünde tutmak zorundadırlar. Ülke geneli içerisindeki bütün vatandaşlara belli çizgiler içerisinde hazırlanmış programları sunarlar. Bu zorunluluk bir beldenin, bir sosyal grubun, bir azınlığın sorunlarına yer verebilecek, tartışacak yeterli zamanı tanımamaktadır. Farklı kültürlerle yönelik programlar bu yayın kuruluşlarında yer alsa bile çok küçük bir zaman dilimini doldurmaktadır. Bu tür yayınlar için yeterli zamanı tanıyacak olan yerel yayın yapan radyo ve televizyon kanallarıdır. Yerel yayın kuruluşları hem ihtiyaç duyduğu zamanı sağlayabilir, hem de gerçek demokratik bir platformu sunabilir. Şive, hitap tarzı gibi resmi olmayan ama bir sosyal statü belirleyicisi olan etmenler bile yerel yayın kuruluşlarında (ulusal yayın kuruluşlarında olabildiği gibi) bir tahakküm aracı olmaktan çıkıp izleyiciyle daha kolay iletişim kurabilmenin anahtarı olabilmektedirler. Radikal demokratik yaklaşımın öngördüğü kitle iletişim araçlarına

atfedilen “kitle iletişim araçları çıkar gruplarının kamusal alana katılımını kolaylaştırmalı, kamuoyunu ilgilendiren tartışmalara katılabilmelerine olanak sağlamalı ve kamu politikalarının şekillendirilmesinde söz sahibi olmalarına aracılık etmeli” şeklindeki rol yerel radyo ve televizyonlarla daha kolay gerçekleştirilebilir. Çünkü bu kurumların program ağırlıkları ve içerikleri yerel sorunlara ağırlık vermeye uygun yapıdadır. Bu nedenle yerel yayın kuruluşlarının varlığı sistemin demokratik bir yapıda olabilmesi için önemlidir. Ancak yerel radyo ve televizyonlar için en büyük sorun serbest piyasa koşullarında sadece reklam gelirleri ile yaşayabilme zorunluluğudur. Böyle bir zorunluluk karşısında özellikle işletme maliyetleri yerel radyo ve televizyon kuruluşları için büyük sorunlar doğurmaktadır. Bu serbest piyasa koşullarında yerel radyo istasyonlarının yayın hayatlarına devam edebilmeleri kuruluş ve işletme maliyetleri televizyona göre çok düşük olduğundan daha kolay görünmektedir. Çünkü özellikle serbest piyasa koşullarına göre oluşturulan bir kitle iletişim sisteminde, sadece reklam gelirleriyle yaşamaya çalışan yerel radyo ve televizyonların yaşamlarını sürdürebilmeleri reklam gelirleri ulusal kanallara göre çok düşük olduğundan başlı başına bir sorundur.

“Curran’a göre kitle iletişim araçlarının temel görevi, demokratik kurallar içinde yarışan çıkarlara hakemlik etmek ve demokratik tartışmaları desteklemek şeklinde olmalıdır.”⁴¹ Liberal gelenekte kitle iletişim araçlarının hükümet ve yurttaşlar arasındaki iletişimi dikey olarak sağlaması beklenirken, radikal demokratik görüşte kitle iletişim araçları bireyler, gruplar ve iktidar yapıları arasındaki yatay, dikey ve çapraz iletişim kanallarını eklemlen kanallar olarak görülür. Bu anlamda

⁴¹ Nilüfer, TİMİSİ, a.g.e., s.43.

radikal demokratik görüş, kitle iletişim sisteminin düzenlenmesini serbest pazarın rekabetçi kurallarına bırakmak istememekte, halen var olan sistemlerle gerçek demokratik temsil koşullarının oluşamayacağını öne sürerek, Kanada, Hollanda, İngiltere, İsveç gibi modellerden hareketle serbest rekabetçi kurallara dayanmayan alternatif modeller üretmeye çalışmaktadır.

4. Geleneksel Yaklaşımda Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları ve iletişim alanındaki çalışmalar başlangıcından günümüze kadar birçok isim altında adlandırılmış olsa bile, iki ana kola ayrılmış şekilde günümüzde de ilerleyişini sürdürmektedir. Bu kollardan birini anaakım, anadamar, görgül, tutucu, geleneksel, yönetsel ya da çoğulcu gibi çeşitli adlandırmalara sahip olan ve temelinde Anglo-Amerikan toplum incelemelerindeki pragmatist eğilimlerin etkisi altında kalan araştırmalar oluşturmaktadır. Diğer kolu ise eleştirel, değişimci, kültürel gibi adlarla adlandırılan Frankfurt Okulu eleştirel kuramından yapısalcı kitle iletişim araçları kuramına, klasik Marksizm'in ekonomi politiğinden kültürel çalışmalara kadar çeşitlenen çalışmalar oluşturur. Bu çalışmalar ise varolan toplumsal yapının köklü ve dönüşümcü bir eleştirisinden yola çıkar.

Kitle iletişim araçlarının üzerine yapılan çalışmaların kuramsal temelleri yazılı basının gelişimine dayanır. Liberal siyasal düşünce ile birlikte gelişen basın özgürlüğü düşüncesi de yazılı basının gelişimi ile iç içe geçmiştir. Bugün ifade ve basın özgürlüğü düşüncesi sadece yazılı basını değil, bütün kitle iletişim araçlarını kapsamaktadır. Elektronik iletişim araçları radyo ve televizyon 20.yüzyılın araçları

olmasına rağmen yazılı basın üzerinden oluşan basın özgürlüğü düşüncesi bu iletişim araçlarını da kapsayacak şekilde genişlemiştir.

İfade özgürlüğü düşüncesi ortaçağ Hristiyan felsefesinin yıkılmasından sonra bireyin öne çıkması ve öneminin vurgulanması ile birlikte gelişmiştir. “Toplum sözleşmesi düşüncesinin babası sayılan Hobbes’dan farklı olarak Locke tarafından siyasal düşüncenin içine yerleştirilmiştir. İnsanların eşit ve bağımsız olduklarına ilişkin vurgusu ile Locke, hiç kimsenin bir diğerrinin hayatına, sağlığına, özgürlüğüne ve mülkiyetine zarar vermemesi gerektiğini savunmuştur.”⁴² Locke bu düşünceleriyle sadece İngiltere ve Kıta Avrupası’nı etkilememiş, Amerikan özgürlük hareketinin de esin kaynağı olmuştur.

Klasik liberalizmin kurucusu sayılan Locke’dan sonra Adam Smith’in 1776 yılında yayınladığı “Ulusların Zenginliği” kitabı bırakınız yapsınlarçı kapitalist anlayışın temelini oluşturmuştur. Smith’in bırakınız yapsınlarçı felsefesi, Locke’un herkesin mülk edinmeye hakkı vardır düşüncesiyle birleşince basın özgürlüğü kavramı da yeniden tanımlanmaya başlamıştır.⁴³ Devletten gelecek her türlü müdahale sansür olarak kabul edilirken, basın yasama, yürütme ve yargının yanında dördüncü güç olarak nitelenmiştir. Basın, kamu adına kamu gözcülüğü görevini yerine getirecek, bu görevini yaparken de siyasal otoritenin halka hizmet sorumluluğunu eksiksiz yerine getirip getirmediğini kontrol edecek, birey özgürlüklerini koruyarak siyasal otoritenin elindeki gücü kötüye kullanmasını engelleyecek, yani kamu adına, kamu yararı ve çıkarı için devlet yönetimini

⁴² Ayşe, İNAL, a.g.e., s.13.

⁴³ a.k., s.13.

denetleyecektir. Burada basının rolü bir “watch dog” yani bekçi köpeği gibi hükümet uygulamalarını denetlemek ve halkı olup bitenden haberdar etmektir.

Geleneksel yaklaşım içinde kitle iletişim araçlarının, kendisine yüklenen dördüncü güç olma niteliğiyle birlikte birçok görevi de yerine getirmesi beklenir.

“a-Toplumsal ve siyasal çevrenin gözetimi, yurttaşların refahını olumlu ya da olumsuz biçimde etkileyecek gelişmeleri haber vermek,

b-Anlamlı gündem-koyma, günün önemli sorunlarını bu sorunları gündeme getiren ve çözebilecek olan güçleri de içerecek biçimde saptama,

c-Siyasetçilerin ve diğer baskı ve çıkar guruplarının sözcülerinin anlaşılır ve aydınlatıcı görüşlerini aktarmaları için bir platform görevi görme,

d-Hem çeşitli görüş açıları arasında, hem iktidarı ellerinde bulunduranlarla kitleler arasında diyalog sağlama,

e-Resmi görevlilerin ellerindeki gücü nasıl kullandıklarına ilişkin hesap vermeleri için mekanizmalar sağlama,

f-Yurttaşları, siyasal süreçleri yalnızca izlemek ve hakkında konuşmaktan çok, öğrenmeleri, tercih yapmaları ve katılmaları için teşvik etme,

g-Kitle iletişim araçları dışındaki güçlerin, kitle iletişim araçlarının bağımsızlığını, dürüstlüğü ve izleyicilere hizmet etme yeteneklerini yok etme çabalarına ilkeli biçimde karşı koyma,

h-İzleyicileri, kendi siyasal çevrelerini anlamlandırabilen ve potansiyel olarak duyarlı davranan kişiler olarak görme ve onlara saygı gösterme⁴⁴

⁴⁴ Michael, GUREVİTCH, ve Jay G., BLUMLER, “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler” **Medya, Kültür, Siyaset**, Bilim ve Sanat Yayınları, Derleyen: Süleyman İRVAN, Ankara, 1997, s.200-201.

Kitle iletişim araçları bu görevlerini yerine getirirken de profesyonel gazetecilik normlarından hareket eder. “Profesyonelliğin özelliklerinden biri, mesleğin inanç ve değerlerini tanımlayan, kabul edilebilir ve uygun mesleki davranış için kuralları koyan; mesleğin kontrol kaynaklarını ve mesleğin kendisi ile üyelerini kontrol ve düzenleme hakkı üzerindeki ısrarı meşrulaştırma hizmeti gören bir mesleki kültür ve ideolojinin gelişmesidir”⁴⁵. Profesyonel gazetecilik normları da bu anlayış çerçevesinde oluşmuştur. Gazetecilik meslek okullarında olmazsa olmaz diye okutulan gazetecilik meslek ilkeleri mesleki özerklik adına demokratik ilkelere, ifade özgürlüğü ve kamunun bilme hakkından türetilmiştir. Bu ilkelere göre gazeteci tarafsız olmalı, gerçeği fikirden ayırmalı, iddia ve karşı iddiaları dengelemelidir. Bu öngörülerden hareketle nesnellik, tarafsızlık, doğruluk gibi değerleri profesyonel gazetecilik normları olarak kabul edilmiştir. Bu normlar arasında belki de en önemli yere sahip olan nesnellik ilkesidir. Nesnellik ilkesi, 19.yüzyılın ikinci yarısında gerçek anlamda popüler basının ortaya çıkışı ile birlikte, adım adım gelişerek, yansız bir dünya görüşünü anlatmak için kullanıldı.⁴⁶ 1900’lerin başında nesnellik ilkesi ciddi ve güvenilir haberciliğin ayrılmaz bir parçası haline geldi. “Bu ilkeye duyulan saygı, güvenilir oluşuna dayanıyordu.”⁴⁷ Başını nesnellik ilkesinin çektiği profesyonel gazetecilik normları haberde tarafsızlığı ve dengeliliği vurguluyordu. Tarafsızlık ve nesnellik birbirinden ayrılmaz iki parça iken bunlara eklenen dengeli habercilik hakkaniyet anlayışını da beraberinde getirdi.

⁴⁵ J. CURRAN, M. GUREVITCH, J. WOOLLACOTT, “İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar,” A.Ü. B.Y.Y.O.Yılık 1989/1990, Çeviren: Meral ÖZBEK, Ankara, 1991, s.239.

⁴⁶ Ayşe, İNAL, a.g.e., s.16.

⁴⁷ a.k., s.17.

Kitle iletişim araçlarını dördüncü güç, kamunun gözcüsü, kamunun sesi, temsilcisi gibi yorumlarla konumlandırmaya çalışan geleneksel kuramcılar kitle iletişim araçlarının bilgilendirme rolünü de vurguladılar. Bu rol genellikle kendini ifadeyi kolaylaştırma, kamusal aklı ileriye götürme, toplumun kendi geleceğini ortaklaşa belirlemeye olanak tanıma açılarından tanımlanmaktadır ve kitle iletişim araçlarının bu farklı işlevlerini, yalnızca serbest pazar süreçlerinde yeterince yerine getirebileceğini ileri sürmektedir.⁴⁸ Böylece serbest pazarın özgür düşünceye dayalı bir demokrasi kültürü yaratacağı düşünülür.

Locke'den, faydacılardan ve çoğulcu düşünceden beslenerek dönüşen basın özgürlüğü düşüncesini paylaşılanlar, Montesqueu'nun güçler ayrımı ilkesinin sunduğu ve daha sonra anayasacılık anlayışı içinde serpilen güçler ayrılığı ilkesini kabul ederek kitle iletişim araçlarına dördüncü güç konumlandırmasını yaparken özgürlüğün ancak devletten gelebilecek müdahalelerle sınırlanabileceğini öne sürdüler. Keane'in sözcükleriyle "özgür basın savunucuları basının kendi kendini sansür etmesi olayını hesaba katmadılar"⁴⁹

5. Eleştirel Yaklaşımlarda Kitle İletişim Araçları

Geleneksel yaklaşımın karşısında konumlandırabileceğimiz eleştirel yaklaşımlar temelde Marksist düşünceden kaynaklanmaktadır. Curran'ın eleştirel yaklaşımları gruplandırırken yapmış olduğu ekonomi politik yaklaşımlar, yapısalcı çalışmalar ve kültürel çalışmalar şeklindeki üçlü ayrım, hem kitle iletişim araçları

⁴⁸ James, CURRAN, "Medya ve Demokrasi:Yeniden Değer Bıçme", **Medya, Kültür, Siyaset, Bilim ve Sanat Yayınları**, Derleyen Süleyman İRVAN, Ankara, 1997, s.166.

⁴⁹ John, KEANE, **Medya ve Demokrasi**, Ayrıntı Yayınları, Çev.Haluk ŞAHİN, İstanbul, 1992, s.48.

üzerine farklı görüşleri içermekte hem de bu görüşler arasındaki anlaşmazlık ve farklılık noktalarını ifade etmektedir. Kitle iletişim araçlarına ilişkin yapısalcı yorumlar, Saussure'nin dilbiliminden, Levi-Strauss'un yapısalcı antropolojisine, Barthes'ın göstergebilimine ve Lacan'ın psikanalizine kadar farklı çalışma alanlarının katkısıyla zenginleşirken, öncelikli ilgisi metin-ideoloji ilişkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Genel olarak söylendiğinde yapısalcı çalışmalar kitle iletişim araçlarını ideolojik bir güç olarak alırken, ekonomi politik yaklaşımlar ideolojiye değil, ekonomik temele yaptıkları vurguyla kapitalist üretim dinamiklerini sorunlaştırdılar.⁵⁰ Kültürel çalışmalar ise kitle iletişim araçlarını bir mücadele alanı olarak tanımlamışlardır. İngiliz Kültürel Çalışmalarına göre toplumdaki iktidar mekanizmalarından olduğu vurgulanan kitle iletişim araçları, toplumsal anlamın oluşturulmasında etkin bir rol oynamaktadır.

Curran'ın yapmış olduğu üçlü sınıflandırmanın dışında, bunlara ek olarak başlangıçta kitle iletişiminin bir parçası olduğu kabul edilen kültür endüstrisine yönelik eleştiriler geliştiren Frankfurt Okulu Eleştirel Kuramı ile kitle iletişim araçlarını yönetici sınıflara bağlılığı açısından ele alan araççı ekonomi politik yaklaşımından da sözedilebilir.

Bütün bu çalışmaların ortak noktası elbette kapitalist ekonomik düzene ve liberal siyasal sisteme yöneltmiş oldukları eleştirilerdir. Ayrıca bu yaklaşımların hepsinin Marksizmden esinlendiği de genel bir kabul görmektedir. Bu yaklaşımların kendi aralarında gösterdikleri ayrımlar ise temelde kitle iletişim araçlarına ilişkin çalışmalarında temel olarak aldıkları sorunların farklılığından gelmektedir. Bu farklılıklara baktığımızda iki değişik ayrım ortaya çıkmaktadır.

⁵⁰ Çiler, KELEŞ, a.g.e., s.14.

“a-Kitle iletişim araçlarındaki söz ve görüntü anlamlarının, oluşumu, yapılanması ve tüketiminde odaklaşan çalışmalar,

b-Kitle iletişim araçları endüstrilerinin ekonomik örgütlenmeleri ve mülkiyet ilişkileri üzerinde odaklaşan çalışmalar.”⁵¹

Bu ayrımı daha genel kapsamıyla şu şekilde de ifade edebiliriz.

“a-Üstyapıya(kültür, ideoloji ve söyleme) ağırlık veren yaklaşımlar,

b-Maddi ilişkilere (altyapıya ağırlık veren yaklaşımlar).”⁵²

Kitle iletişim araçlarındaki söz ve görüntülerdeki anlamların oluşumu, yapılanması ve tüketiminde odaklaşan çalışmalarda ideolojinin gücü ve içeriği konusundaki yorumlarda farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar ise ideoloji kavramının içeriğinin çeşitlenmesinden kaynaklanmaktadır.

Kitle iletişim araçları endüstrilerinin ekonomik örgütlenmeleri ve mülkiyet üzerine odaklaşan çalışmalarda ise kitle iletişim araçları sahipliği ve kontrolü, kitle iletişim araçları endüstrilerinin diğer endüstriler ve politik, ekonomik, sosyal elitlerle olan ilişkileri ile ilgili sorunları konu edinir. Ekonomik örgütlenme ile siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşim, mülkiyet ve iletişim örgütlenmesi ile toplumsal ilişkiler dizileriyle ilgilenmektedir. Murdock, kitle iletişim araçlarının gücünün ekonomik süreçler ve haber ve program üretiminin yapılarında yattığını söylüyor. Ekonomik politikçilere göre kitle iletişim araçlarının rolü “yanlış bilinçliliğin üretimi aracılığıyla kitle iletişim araçlarına sahip olan ve kontrol eden sınıfların çıkarlarını meşrulaştırmaktır”⁵³

⁵¹ a.k., s.15.

⁵² a.k., s.15-16.

⁵³ J. CURRAN, M. GUREVITCH, J. WOOLLACOTT, a.g.e., s.248.

II. BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM SİSTEMLERİ

1. Dünyada Kitle İletişim Sistemleri

Genel siyasal şartların belirlediği, kitle iletişim araçlarının çalışma düzeni anlamında yapılan sınıflamaların çoğu kuram, rejim, model gibi başlıklarla incelenmiştir. Ne kadar farklı adlarla açıklansalar da bu sınıflandırmayı sistem olarak belirlemek geçerliliğini sürdüren bir yaklaşımdır.⁵⁴

Kitle iletişimi sistemlerini sınıflandırma çabaları sonucunda birbirinden farklı gibi gözüken sınıflandırmalar ve adlandırmalar yapılıyor olsa da bunların çoğunun birbiriyle örtüştüğünü ve sonuçta iki temel gelenek arasındaki farkı vurguladığını görürüz.

a- Kıta Avrupası Geleneği

b- Amerikan Geleneği

Kıta Avrupası Geleneği: Sistem genel olarak tekelci-monopolcü sistem olarak adlandırılır. Kimi ülkelerdeki ulusal ya da kamu hizmeti yayıncılığı sistemlerinde, birlikte ya da ayrı ayrı olarak özel girişimciliğe açıktır. Bu sistemlerde ulusal birlik ruhu yaratılır. Kültüre ve kitle eğitime yönelik programlara ağırlık verirler. Eğlendirirken eğit düşüncesinden hareketle her türlü programda eğitim ve kültüre katkıda bulunan iletilere yer verilir. Yayınlarda temel amaç topluma

⁵⁴ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.39.

hizmettir. Kamu hizmeti, Kamu görevi anlayışı egemendir. “Kamunun yararına olan herşey” yayınlarda yer alır. Yayınlar genel olarak kar amaçlı değildir. Bazı ülkelerde reklam hiç alınmazken, bazılarında reklamlara da yer verilir ama yayınlanacak reklamlar da belli ilkeler uyarınca alınır.⁵⁵ Temel gelir devlet ödeneklerinden, ruhsatiye ücretlerinden karşılanır. Bir nebze de program satışlarından elde edilir.

Amerikan Geleneği: Özel girişimci sistem ya da tecimsel sistem olarak da adlandırılmaktadır. Yayınlarda çoğulculuk hakimdir. Her özel ya da tüzel kişinin koşulları yerine getirerek yayın yapma hakkı vardır. Devletin ya da hükümetin yayınlarda denetimi yalnızca yayınlara izin vermek ve yayınların çok genel çerçevedeki koşullara uyup uymadığını sağlamaktır. Yayın kanallarının varlığı reklama dayanır. Alınan reklamın çokluğu ve sn/ücret tutarının ne kadar olacağı izleyici/dinleyici kitlesinin azlığı ve çokluğuyla orantılı olduğundan tüm çabalar daha çok izlenebilmek/dinlenebilmek, reklam pastasından daha çok pay kapabilmek içindir. Reklam, yayınlarda temel belirleyici olduğundan daha çok izleyici/dinleyici daha çok reklam mantığıyla programların en çok izlenmesi/dinlenmesi temel koşul olur. Bunun için de programların en ilgi çekici olması istenir. İzleme oranlarını gösteren rating sonuçları programın yayında kalıp kalmayacağını belirler. Programlarda merkezileşme yoktur. Her kanal kendi yayın politikasını izleyicisinin özelliklerini dikkate alarak saptar. Bu bakımdan küçük izleyici gruplarının istek ve beğenilerine de programlarda yer verilir. Bunun doğal sonucu olarak da ulusal nitelikte kamuoyu oluşturma, belirli devlet politikalarının yayın yoluyla oluşturulması oldukça zordur.⁵⁶ Yayın kurumlarının yönetici ve diğer çalışanlarının

⁵⁵ Aysel, AZİZ, a.g.e., s.79.

⁵⁶ a.k., s.83.

atanma ya da görevden alınmalarında devletin, hükümetin herhangi bir yetkisi yoktur ancak, reklam ya da diğer parasal yollarla yayınlara etki etme olasılığı her zaman için söz konusudur.

Prof. Dr. Aysel Aziz bu ikili temel ayırımdan yola çıkarak kitle iletişim sistemlerini beşli bir ayırıma tabi tutmuştur.

- a- Ulusal sistem
- b- Ulusal ticari sistem
- c- Hükümet sistemi
- d- Özel girişimci (Ticari-tecimsel) sistem
- e- Kurum yayın sistemi

Ulusal Sistem: Yayın kanalları doğrudan ya da dolaylı olarak devletin elinde bulunur ve kamu yararına yayın yapılır. Yayın kanallarının siyasal erk ile ilişkisi yasalar ile belirlenmiştir. Geliri devlet tarafından onun koyduğu kurallar çerçevesinde devlet bütçesinden ya da radyo televizyon hizmetlerinden yararlanma karşılığı olan ruhsat ücretlerinden sağlanır.

Ulusal Ticari Sistem: Bu sistemin ulusal sistemden ayrılan tek yanı reklamlara da yer vermesidir. Devlet bütçesinden ve ruhsat ücretlerinden sağladığı gelirin yanında reklamlardan da gelir sağlar.

Hükümet Sistemi: Bu sistemde radyo ve televizyon kanallarının yönetimi doğrudan hükümetlerin elindedir. Siyasal iktidarın kontrolü tamdır. Sistemin esaslarını, denetim koşullarını belirleyen siyasal iktidardır.

Özel Girişimci (Ticari-tecimsel) Sistem: Radyo ve televizyon kanallarının özel girişimin elinde olduğu yayın sistemidir. Yayın kanallarının giderleri reklam gelirlerinden karşılanır. Burada kar elde etmek öncelikli amaç olmaktadır. Ülkelerin yasal çerçevesinde isteyen her gerçek ve tüzel kişinin gerekli koşulları yerine getirerek radyo ve televizyon kanallarını kurma ve işletme hakkı vardır. Bu tür yayın sistemlerinde devletin fonksiyonu genel bir düzenlemeden ibarettir ve bu düzenlemeler teknik ve hukuki problemleri kapsar.

Kurum Yayın Sistemi: Bu sistem gerçekte, bir ülkenin yayın sistemini tek başına belirleyici değildir. Belirli bir hizmetin görülebilmesi için çeşitli kurumların radyo ve televizyon hizmetlerinden yararlanmasıdır. Burada devletle doğrudan bir ilişki söz konusu değildir ama reklama yer verilmeyen temelde gelirin devletten ve diğer kurumlardan sağlandığı bir sistemdir.⁵⁷

Prof. Dr. Aysel Aziz'in yapmış olduğu bu beşli sınıflandırmadan başka Schramm ve arkadaşlarının yaptığı dörtlü bir sınıflandırmadan da söz edebiliriz.⁵⁸

- a- Otoriter sistem
- b- Liberal Sistem
- c- Sovyet-Komünist Sistemi
- d- Sosyal Sorumluluk Sistemi

“Bu sistemlerin birbirine geçişli olabileceği varsayımından hareketle Schramm, otoriter sistemin Sovyet komünist sistemine, liberal sistemin de sosyal sorumluluk sistemine dönüştüğünü söyleyerek de otoriter sisteme dikkat çeker.”⁵⁹

⁵⁷ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.41.

⁵⁸ a.k., s.39.

⁵⁹ a.k., s.39.

Otoriter sistemde gerçek amacın devlete hizmet genel yaklaşımı içinde, hükümet politikalarını desteklemek olduğu açıktır. Liberalizmin 19. yüzyıla doğru oluşturduğu liberal iletişim sistemi zgr girişimin, iletişim dünyasında belirleyici olması esasına dayandığı için iletişim alanının herkese açık olması desteklenmiştir. Bu zgrlğn beraberinde sorumluluk duygusunu da getirmesi varsayımından yola çıkılarak sosyal sorumluluk sistemiyle arasında bir fark yoksa da, liberal sistemdeki ifade özgürlüğü, sosyal sorumluluk sisteminde kişilerin düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi, üçüncü kişilerin kişisel ve yaşamsal haklarına zarar vermemek ve bu ikisini dengelemek konusunda belirleyici olmaktadır.⁶⁰ Her iki sistem zgr bir düşünce ve tartişma ortamı sağlayarak, kamuoyunu bilgilendirmek, hkmete karşı bireyin haklarının koruyucusu olmak, alıcđ ve satıcđnđ aynı platformda olmasından ekonomik faydaya hizmet etmek, eğlendirmek doğrultusunda benzer işlevleri, ticari bir rekabet ortamında sunmaya devam eder.

Sovyet komnrist sistemini otoriter sistemin uzantısı olarak ele alırsak, partiyle ve devletle bütünleşen kitle iletişim araçlarının işlevini ağırlıklı olarak propaganda amaçlı nitelemek doğru olacaktır

Raymond Williams ise kitle iletişim sistemlerini dörtlü bir gruplandırmada ele almıştır.

- a- Otoriter Sistem
- b- Paternal Sistem
- c- Ticari Sistem
- d- Demokratik Sistem

⁶⁰ a.k., s.4

Otoriter Sistem: Otoriter sistemde kitle iletişim araçları toplumu yöneten bir azınlığın aracı olup, iktidarın sözcülüğünü yapmaktadırlar. Prof. Dr. Aysel Aziz'in beşli sınıflandırmasındaki hükümet modeli ya da Schramm ve arkadaşlarının otoriter sistemiyle örtüşen bu sistemde tekel önkoşuldur.

Paternal Sistem: Paternal sistemde iktidar sahipleri yönetme hakkına sahiptir. Fakat bazen denetimli karşıt görüşlere hoşgörü ile bakılmaktadır. Toplumu koruma ve doğruları gösterme amacı ile kitle iletişim araçları iktidar tarafından yönlendirilir. Prof. Dr. Aysel Aziz'in ulusal sistem olarak adlandırdığı sistemle örtüşmektedir.

Ticari Sistem: Williams, ticari sistemde iletişim özgürlüğünün güvence altına alınmasının temel koşul olduğunu söyler. Bu özgürlük pazara bağlı bir özgürlüktür ve pazar ekonomisinin işlemesi sonucu ortaya çıkar. Schramm ve arkadaşlarının liberal sistem, Prof. Dr. Aysel Aziz'in Ticari Sistem olarak adlandırdığı sistemle örtüşmektedir.

Demokratik Sistem: Williams'ın demokratik sistem olarak adlandırdığı bu sistem, demokratik kitle iletişim sisteminin özü olan haber alma verme hakkını demokratik kültürün bir sonucu olan temel haklar statüsünde ele alır. Haber alma ve verme özgürlüğü bireysel olduğu kadar toplumsal bir ihtiyaçtır ve etnik kökenleri, inançları ve düşünceleri ne olursa olsun toplumun bütün üyelerinin düşünme ve konuşma hakkına sahip olması demokratik sistemin temel ilkesidir.

Kitle iletişim sistemleri ile ilgili olarak yapılan sınıflandırma çalışmalarında Mc Quail ise altılı bir gruplandırma yapmıştır.

- a- Otoriter Sistem
- b- Özgür Basın Sistemi
- c- Sosyal Sorumluluk Sistemi
- d- Sovyet Sistemi
- e- Gelişmeci Sistem
- f- Demokratik Katılımcı Sistem⁶¹

Mc Quail'in yaptığı bu altılı gruplandırma da diğerleriyle hemen hemen aynı özellikleri taşımaktadır. Bu gruplandırmada Gelişmeci Sistem ile demokratik katılımcı sistemler biraz daha farklılıklar içerir.

Gelişmeci Sistem: Gelişmeci sistemde kitle iletişim araçları ulusal gelişme politikaları doğrultusunda hareket etmeli, ulusal kültür ve dile öncelik vererek, kültürel ve politik bakımından yakın ülkelerle bağlantı kurmaya çalışmalıdır. Bu

sistemde toplumsal yaşamın içine bugünkünden çok daha fazla girer ve doğrudan izleyicilerin denetiminde olur.

Kitle iletişim sistemlerini çeşitli kategoriler altında gruplandıran bu çalışmalardan başka bir de Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Unesco'nun yaptığı bir gruplandırmadan da söz edebiliriz. Unesco, 1976 yılında aldığı bir tavsiye kararı ile radyo ve televizyon kurumlarının yönetim sistemlerini, yayın kurumlarının toplumdaki işlevleri, bu işlevlerle ilgili hizmetleri dikkate alarak üç grupta toplamıştır. Bu gruplandırma da diğerleriyle örtüşmektedir. Bu kümelenirmede temel alınan ölçüt, kamu hizmeti, kamu görevi ve kamu yararı gibi kavramlar olmuştur.

2. Türkiye’de Kitle İletişim Sistemleri

Türkiye’de radyo-televizyon yayıncılığı yönetim sistemleri içinde hükümetin gözetimi altında ve tek bir kuruluşun tekelinde yürütülmesi sistemi kabul görmüştür. Bu durum 1993 yılında yapılan Anayasa değişikliğine kadar da böyle sürmüştür.

Ülkemizde doğrudan doğruya radyo yayınlarını düzenleyen ilk yasa 3222 sayılı Telsiz Kanunudur.⁶⁴ Bu yasa 1937 yılında yürürlüğe girmiş, bu zamana kadar kısmi düzenlemelerle yetinilmiştir. Türk radyoculuğunun ortaya çıktığı yıllarda genellikle telsiz telgraf ve telsiz telefon haberleşmesini düzenleyen birtakım belgelere rastlıyoruz. Bu konuda ilk geniş kapsamlı araştırmayı yapan Uygur

⁶⁴ Uygur, KOCABAŞOĞLU, *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, B.Y.Y.O. Basımevi, Ankara, 1980, s.14.

Kocabaşoğlu'nun tespitlerine göre bu belgelerin en eskisi İttihat Terakki hükümetinin çıkardığı bir geçici yasadır. Bu geçici yasanın adı “İnşaatı Elektrikiyye Vasıtasıyla Telsiz Telgraf ve Telsiz Telefon Hakkında Kanun-u Muvakkat”dır. Bu geçici yasa 3222 sayılı yasa çıkana kadar yürürlükte kalmıştır. 406 sayılı bu yasa telgraf ve telefon işletimini düzenleyen bir yasa olmasına karşın telsiz telefon işletimini de dolaylı olarak kapsar. 406 sayılı yasanın bu belirsizliğini kısmen gideren bir yönetmelik 25 Ağustos 1924 tarihli Bakanlar Kurulu toplantısında kabul edilmiştir. Bu yönetmelik yurt içi ve dışı haberleşmeyi kolaylaştırmak amacı ile çıkartılmıştır ve yetki radyo yayınları da gözönünde bulundurularak PTT Genel Müdürlüğü'ne verilmiştir.

Devletin PTT eliyle bir Fransız şirketine yaptırdığı telsiz istasyonlarının inşaatı henüz başlamadan, yapım işleri tamamlandığında yayın yapacak şirket konusunda önemli girişimler yapıldığını görüyoruz. 8 Eylül 1926 tarihinde Ankara'da Anadolu Ajansı binasında İçişleri Bakanı Cemil Bey (Uybadın), İş Bankası adına Genel Müdür Mahmut Celal (Bayar), Anadolu Ajansı yönetim kurulundan Falih Rıfkı (Atay) ve Sedat Nuri (İleri) arasında imzalanan 10 yıl süreli sözleşme ile radyo hizmetleri yürütülmesi izni Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketine verilmiştir.

Türkiye'de ilk radyo yayınları 1927 yılının Mart ayında İstanbul'da başlamış, 6 Mayıs 1927 tarihinde de düzenli yayınlara geçilmiştir.⁶⁵

Ankara'daki ilk radyo yayınları ise 1928 yılında Musiki Muallim Mektebi yanındaki bir dairede başlamıştır. TTTAŞ eliyle yürütülen yayınlar yapılan anlaşma

⁶⁵ a.k., s. 18-29.

gereği 10 yıl sürmüştür. 1926 – 1936 yılları arasındaki bu on yıllık sürece özel teşebbüs devresi diyebiliriz.

Cumhuriyet Hükümeti 1936 yılında çıkardığı bir kararname ile radyonun yönetimini doğrudan ele aldı. Geleneksel radyo sistemleri sınıflandırmalarında ‘devlet tekelinde ve yönetiminde radyo’ biçiminde tanımlanan yeni bir dönem başlamış oluyordu. TTTAŞ’nin 10 yıl süreyle yalnızca yayın yapma hakkına sahip olduğu ve gerek tüm teknik olanakların, gerekse yayınlar üzerinde devletin etkin denetiminin varlığı hatırlanırsa aslında pek büyük bir değişikliğin olmadığı da söylenebilir. Bununla birlikte Türk radyo yayıncılığında uzun yıllar ‘Devlet Radyosu’ kavramı ile dile getirilen ve TRT’nin kuruluşuna dek sürecek olan yeni bir dönem başlıyordu.⁶⁶ Yaklaşık 28 yıllık bir süreyi kapsayan bu dönemi Sezer Akarcalı’nın belirttiği gibi Hükümet Yönetimi devresi olarak adlandırabiliriz. Bu dönemde radyo yayınları zaman zaman başbakanlığa bağlı, zaman zaman da çeşitli bakanlıklara bağlı çeşitli müdürlüklerin idaresinde olmakla birlikte özünde hükümet yönetiminde olmuştur.

1964 yılından sonra ise, kaynağını 1961 Anayasası’ndan alan 359 sayılı TRT kanunu ile Türk Radyo Yayıncılığında ‘Kamusal Kuruluş’ dönemi 359 sayılı yasa TRT’yi tüzel kişiliğe sahip özerk bir kamu iktisadi kuruluşu olarak teşkilatlandırmıştır. Kurum bu yasa ile kendi tekeline verilen hizmeti, kamusal bir hizmet olarak yürütmekle görevlendirilmiştir. Sermayesinin tamamı devlet tarafından sağlanan tüzel kişiliğe sahip bir kamu kuruluşudur.

⁶⁶ a.k., s.131.

Özerklik kavramının getirilmesinde, düşünceyi açıklama özgürlüğünün gerçekleştirilmesi yatmaktadır. 1961 anayasasıyla gelen özgürleştirici düzenlemeler böylece yayıncılık alanına da girmiş oluyor, toplumun farklı kesimlerinin radyo yayınları yoluyla düşüncelerini açıklayabilmelerine yönelik bir ideal gerçek oluyordu. ”Radyo özgürlüğü, radyo yoluyla düşünce ve kanaatleri serbestçe açıklama özgürlüğünü ifade eder ve radyo yayınlarını gerçekleştirenlere devletten yayın yapımı ve yayın esnasında bir etkide bulunmamayı talep etme hakkını verir”⁶⁷

Özerklik kavramı yayıncılıkta çok önemli bir yer tutar. “Özerklik kavramı, anayasal hak ve özgürlüklerin temeli olan düşünce ve ifade özgürlüğünün yanısıra diğer hak ve özgürlüklerle birlikte özellikle bilim ve sanat özgürlüğünün, basın dışı haberleşme araçlarından serbestçe yararlanma hakkının en büyük teminatıdır.”⁶⁸

Özerklik radyonun program yapımında, yönetiminde ve ekonomik alanda siyasi iktidara bağlı olmamayı ifade eder. Elbette bu kavram herkesin radyo ve televizyondan herhangi bir sınırlama olmaksızın yararlanacağı ya da her program yapımcısının kendi kişisel ölçülerine göre program yapacağı anlamına da gelmez. Kurumun özerkliği, sınırları belirlenmiş bir sorumluluk altında, kurum dışında kalan bütün çıkar gruplarına hiçbir bağlılık olmaksızın her türlü düşünceye karşıtlarıyla yer vermek, yalnızca belli bir grubun çıkarına ya da yararına değil halkın tümüne hizmet etmek, siyasi sorunlarda kesin tarafsız olmak koşuluyla siyasi iktidarın emir ve hiyerarşisi dışında kalması anlamına gelir.⁶⁹

⁶⁷ Cengiz, TAŞER, **Radyonun Organizasyon ve Özerkliği**, TRT Basılı Yayınları, Ankara, 1969, s.135.

⁶⁸ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.115.

⁶⁹ Özden, ÇANKAYA, a.g.e., s.24.

Türkiye'deki siyasi ortamda, TRT devletin denetim ve gözetimi altında olmakla beraber, hizmetlerin görülmesi için, her türlü etki alanından uzak kalması amacı ile özerk olarak örgütlenmiş, bu yeterli, doğru ve tarafsız yayın anlayışının önkoşulu sayılmıştır.

Özerklik, öncelikle yürütmenin etki alanından uzak tutulması öngörülen kamu hizmetleri için düşünülen bir yönetim biçimidir. Yürütmenin bu alana müdahale etmesi, özerklik ile bağdaşmaz. Bir kuruluşun özerk olarak nitelendirilebilmesi için yasa ile belirli sınırlar içinde, kendisine ilişkin kuralları yine kendisinin oluşturması gerekmektedir. Özerklik, kaynağını anayasadan alır. Bu açıdan özerk bir tüzel kişiliğin yönetiminde ve hizmetlerin görülmesinde, hükümetin tümüne ya da birkaç organına yetki tanınması ile özerklik kavramı bağdaşmaz.⁷⁰

Bir radyo-televizyon kuruluşunun özerkliği genel olarak programlarını serbestçe düzenlemesi, mali ve ekonomik bağımsızlığı, radyo-televizyon işletmesi üzerindeki tesis, ekipman ve taşınmazlar üzerindeki tasarrufu ile değerlendirilir.

359 sayılı yasa, TRT'nin özerkliğinin sağlanmasında en önemli faktörü, kurumun en yüksek denetim ve karar organı olan Yönetim Kurulu'nda görevlendirileceklerin tayininde, siyasi iktidarı ve organları etkisiz kılmakta görmüştür. Yasa koyucu yönetim kurulu üstünde, TRT için başka bir organ kabul etmiştir.

TRT kurumu, faaliyetlerini, işlemlerini ve ilişkilerini, yönetim kurulu ve kurum müfettişleri yolu ile sürekli ve düzenli olarak denetim altında bulundurur. Bu bir özdenetimdir.

⁷⁰ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.116

TRT, iktisadi kamu teşebbüsü kimliği nedeni ile adli ve idari organların da denetimi altındadır. “Bu özellik, TRT’nin TBMM Kamu İktisadi Teşebbüsleri Karma Komisyonu yolu ile faaliyetleri açısından parlamento tarafından da denetlenmesi anlamına gelmektedir. Aynı zamanda vergi mükellefi de olduğu için Maliye Bakanlığı, işveren olduğu için de Çalışma Bakanlığı müfettişlerinin denetimi altındadır. Akın Beşiroğlu bu denetleme yönteminin, anayasa ilkesinin ruhuna uygun olmadığını, Kurumun Başbakanlığa bağlı Yüksek Denetleme Kurulu tarafından denetlenmesinin daha uygun olacağını belirtmektedir.”⁷¹ Yayın konusunda TRT üzerinde herhangi bir hiyerarşik yetki ya da etki düşünülmüş değildir.

Bu konuda bir istisna yurtdışı yayınlarda kendini gösterir. Devletin dış politikası bakımından radyo televizyon yayınlarında uygulanacak usul ve esasların Dışişleri ve Turizm-Tanıtma Bakanlığı şahsında, yürütme organınca saptanacağı belirtilmiştir.

12 Mart Darbesiyle birlikte 1961 Anayasası ile oluşturulan bir çok kurum ve kavram ortadan kaldırıldı. TRT kurumunun Anayasadaki yapısı tanımlanırken özerk yapısı tarafsız olarak değiştirildi. Böylece TRT Kurumu’nun, özerklik yerine, tarafsızlık temel ilkesine dayandırıldığı dönem başlamıştır. Fakat burada tarafsızlığın tanımı ve hangi anlama geldiği belirtilmemektedir.

Radyo ve televizyon hizmetlerinde haber ve programların saptanması ve sunulması belirli istek ve görüşlere ağırlık verilmemesi amacını vurgulayan tarafsızlık ilkesi objektiflik kavramı ile bütünlük kazanmaktadır.⁷²

⁷¹ a.k., s.117.

⁷² a.k., s.121.

Tarafsızlık objektiflik kavramının sadece bir tarafıdır. Bunu doğruluk unsuru tamamlar.

Gerçeklik ve ilgi ile ifade olunan doğruluk ve denge, ancak yorumsuz anlatımın vurgulanması ve tarafsızlıkla aynı anda yorumlanırsa bir anlam ifade eder.

Yasada belirtildiği gibi, tarafsızlık kavramı, her türlü yoruma ve kötüye kullanıma açık olarak, TRT'nin ana ilkesi olmaktadır.

1578 sayılı TRT yasası ile, TRT genel müdürünün atanması Bakanlar Kuruluna bırakıldı. Bu, hükümetin istediği kişiyi genel müdür olarak atamasına imkan sağladı.

Yönetim kurulunda hükümet temsilcilerinin sayısı arttı. TRT personeli arasında iki üyenin yönetim kuruluna seçilmesi kaldırılarak, yönetime katılmada problemleri olan TRT çalışanları ile yönetim kurulu arasındaki son bağ da kopartıldı.

Yönetim kurulu üye sayısı 11'e yükselterek, üçünün Bakanlar Kurulu, diğerlerini seçme yetkisi ise TRT Yüksek Seçim Kurulu'na veriliyordu. TRT Yüksek Seçim Kurulu ise Cumhurbaşkanı tarafından belirleniyordu. Gazeteciler Cemiyeti ve Sendikalar, İşçi Konfederasyonu, Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Borsaları, Ziraat Odaları Birliği gibi kurumlardan dört aday saptanmakta, TRT seçim kurulu birisi basın mensubu olmak koşuluyla iki üyeyi seçmektedir.

Dikkat edilebileceği gibi TRT Yönetim Kurulu radyo ve televizyon alanıyla ilgisi olmayan iktidar ve sermaye çevrelerinden oluşan bir yönetim kurulu ile devlet memuru olma niteliğini yitirdiği anda Bakanlar Kurulu kararıyla görevlerinden alınabilecek bir genel müdürün yönetimine bırakılıyordu. Bu gelişmeler ve yeni yasal düzenlemeler çerçevesinde ülkedeki askeri rejimin yönetim anlayışı içinde ve 1961

Anayasasının bu ÷lkeye bol geldiği yolundaki gör÷şlerin ışığında başta TRT olmak üzere birçok demokratik kurumun işlevleri yozlaştırılmakta ve iktidara bağımlı hale getirilmektedir.

TRT Kurumu artık iktidara bağımlı bir kurumdur ve tarafsızlık kavramı ise her türlü yoruma açık, kamuoyunu büyük ölçüde yanıltarak tatmin etmeye yönelik teknik bir kavramdır. 12 Eylül 1980 darbesinin ardından yapılan yeni anayasanın 133. maddesi radyo-televizyon yayınlarının yine tarafsızlık ilkesi çerçevesinde yayın tekeli kapsamında yapılacağını söylemiştir. Bu anayasa maddesine göre çıkarılan 2954 sayılı yasa ise sadece TRT Kurumunun yasası olmayıp TRT Kurumu dışında kalan tüm radyo-televizyon yayınları ile diğer elektronik yayınların gözetim, denetim ve değerlendirmesini yapmak üzere RTYK adında bir üst kurul da oluşturmuştur.⁷³

1980’li yılların sonunda radyo ve özellikle televizyon yayınlarının uydu yoluyla izlenmesi konusunda gelişmeler olmuştur. Avrupa televizyon yayınlarının uydu yoluyla Türkiye’de izlenmesi, Türkiye’de radyo televizyon yayınlarının tekeli konusunu gündeme getirdi. 1990 yılı Mayıs ayında yine uydu yoluyla Türkçe ve Türkiye’ye yönelik olarak yayına başlayan ve kendini ilk özel televizyon olarak niteleyen “Magic Box –Star 1” televizyon yayını ile daha da güncelleşen TRT tekeli konusu özellikle 1990 yılının son aylarında ve 1991 Ocak ayında kamuoyunda tartışılmaya başlandı.⁷⁴ Bu arada PTT’nin kablo yoluyla uydu yayınlarını abonelerine dağıtmaya başlaması, Belediyelerin ise aynı yayınları çanak antenler kurarak vatandaşlara izlettirmeye çalışmaları, bu hareketlere karşı hem Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu’nun hem de PTT’nin belediyelerin bu çalışmalarının yasalara aykırı

⁷³ a.k., s.126.

⁷⁴ a.k., s.144.

olduğunu savunmaları ve mahkemelere suç duyurusunda bulunmaları, ilgili kurumlar arasında tartışmalar gibi hususlar, radyo ve televizyon konusunda yaşanan karmaşayı yansıtan ilginç örnekleri oluşturmuştur.⁷⁵

Radyo Televizyon yayınlarında bu karmaşa yaşanırken, önce Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın Magic Box özel uydu televizyonunun yayına başlaması ile ilgili açıklaması, daha sonra uzun süre sessiz kalan radyo ve televizyon yayınlarından sorumlu Devlet Bakanı'nın yaptığı açıklama ile radyo ve televizyon tekelinin kalkmasına yeşil ışık yakıldı.

“Türkiye'nin kendine özgü demokrasi kültürü(!), kendine özgü siyasi geleneği radyo-televizyon yayınlarının sık sık siyasal iktidarların müdahalelerine maruz kalmasına neden olmuştur.”⁷⁶

Daha 60'lı yıllarda özerk bir yayın kuruluşuna sahip ülke, daha iyiye gitmek yerine gittikçe gerileyerek yayın hayatındaki baskıları artırmış ve yayın kuruluşunun siyasal iktidarların oyuncağı olmasını sineye çekmek zorunda kalmıştır. Oysa 70'lerin sonuyla 80'li yıllarda Avrupa ülkelerinde, kamusal alanın varlığının tartışıldığını, özel sektörün bu alana girdiğini, kamuoyunun istemlerinin hükümetler tarafından dikkatle alınarak “uzlaşmacı” politikalar izlendiğini görüyoruz.

Oysa bu dönemde Türkiye'nin gündemindeki konular, iç politika hesaplarına yönelik geleneksel kısır politikalar olduğu için radyo-televizyon araçlarının kullanımına yönelik isteklerin ve dünyada bu konudaki gelişmelerin dışında geçiyordu. Ama 21. yy.'a geçmenin ramak kaldığı yıllarda teknolojiden kaçmak da

⁷⁵ Aysel, AZİZ, “TRT Siyasal Yapı İlişkisi : Dünü, Bugünü, Yarın?”, İlef Yıllık1992, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1993, s.59.

⁷⁶ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.157.

mümkün olmuyordu. Siz istemeseniz de o sizi kendisine uymaya zorluyordu. Türkiye için de böyle oldu.

İtalya’da 1970 ve 80’li yıllarda yaşanan gelişmeler aynı Türkiye’de görüldü. Fiili durum ile yasalar arasındaki çelişki kendisini iyice hissettirmeye başladı. Türkiye bu alanda yasayı ihlal etmekten çekinmiyordu. Süleyman Demirel’in seçim meydanlarında söz verdiği “konuşan Türkiye” vaadini radyo ve televizyon ortamından tekerci uygulamanın kalkması, halkın fikir ve kanaatlerini serbestçe söyleyebileceği özgür bir kitle iletişim ortamı olarak algılaması sonucu bütün Türkiye radyolardan konuşmaya başladı.⁷⁷ Kimi radyolar yurt dışından uydu aracılığıyla yayın yaparken Türkiye’de de birçok radyo yayına başladı. Türkiye bir anda elektromanyetik dalgalar aracılığıyla gönderilen görüntü ve ses bombardımanı içinde kaldı.

31 Mart 1993 tarihinde Ulaştırma Bakanı Yaşar Topçu valilere gönderdiği bir genelge ile özel radyoların yayınlarını 24 saat içinde durdurmalarını istedi ve yurt içinden yayın yapan bütün radyo- televizyon yayınları 2 gün içinde durduruldu.

Bundan 3 ay sonra da 8 Temmuz 1993 tarih ve 3193 sayılı yasa ile anayasanın 133. Maddesi değiştirilerek yeni bir yasa çıkarmanın yolu açılmış oldu. 13.4.1994 tarihinde de 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun kabul edildi. 24.4.1994 tarihinde de Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdi.

⁷⁷ a.k., s.158.

3. Kitle İletişim Araçları Siyasal Sistem İlişkisi

Kitle iletişim araçlarıyla siyasal sistem arasında ne tür bir ilişki olduğu kitle iletişim araçlarının içinde bulunduğu siyasal rejimin yapısıyla doğru orantılıdır. Çoğulcu ve temsili bir siyasal rejimin otoriter olarak tanınan bir siyasal rejime oranla kitle iletişim araçlarına daha fazla özerklik tanıdığı; siyasal rejim tipinin demokratiklikle otoriterlik arasındaki yelpazedeki yeriyle kitle iletişim sistemlerinin özerklik ve bağımlılık derecesi arasında doğru orantılı bir ilişki bulunduğu tartışma götürmez bir şekilde doğru kabul edilir.⁷⁸

Ancak burada rejimin yapısı, kitle iletişim araçlarıyla siyasal sistem arasındaki ilişkinin yapısını belirlemekte yetersiz kalır. Burada etkili olan bir başka etken o ülkedeki demokrasi kültürüdür. “İletişim sistemiyle temel ekonomik, siyasal ve sosyal aktörler arasındaki ilişki bir yandan formel anlamda anayasalar, kanunlar, yönetmelikler ve politika programları ile belirlenirken, diğer yandan da informal yapıdaki ama en az formel olanlar kadar kurumsallaşmış, tarihsel süreç içerisinde biçimlenmiş ve belirlenmiş değer yargılarıyla süreçsel normlar ile de şekillendirilmektedir. Aslında bütün bunlar iletişim sisteminin içinde yer aldığı siyasal kültürün ayrılmaz bir parçası olmaktadır.”⁷⁹ Bu özellik, aynı siyasal rejime sahip olmasına rağmen Amerika Birleşik Devletleri ile Batı Avrupa ülkeleri arasında neden farklı kitle iletişim sistemlerine rastlandığını da açıklamaktadır. “Bu farklılıklar, herşeyden önce toplumların kağıt üzerine dökmüş oldukları siyasal rejim tipinden değil, kağıt üzerinde bulunmayan siyasal kültürlerinden

⁷⁸ Erol, MUTLU, *Karşılaştırmalı Televizyon Sistemleri ve Televizyon Yapımcılarının Mesleki Eğilimleri*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1986, s. 144.

⁷⁹ Bülent, ÇAPLI, a.g.e., s.14.

kaynaklanmaktadır.”⁸⁰ Örneğin İngiltere’de siyasal iktidarın yasal olarak kitle iletişim araçlarını etkileme gücü çok fazla olmakla birlikte toplumun siyasal kültürüne yerleşmiş olan uzlaşma ve çoğulculuk anlayışı bu ülkedeki televizyon kurumlarına geniş bir özerklik tanımaktadır.⁸¹

Elbette bu farklılıklarda ülkelerin tarihsel deneyimlerinin, siyasal ya da politika kültürlerinin özgün yapısının izlerini görmemek mümkün değildir. “Nasyonal Sosyalizmin Alman toplumu üzerindeki kolay kolay unutulmayan etkilerinden sonra Federal Almanya’da yayıncılık sisteminin düzenlenmesi sırasında yayıncılığın devletten bağımsızlığı ilkesine bağlılık konusunda çok özel bir özen gösterildiği dikkat çekmektedir.”⁸² Oysa Fransa’da böyle bir özene rastlamamaktayız. Fransa’da kitle iletişim araçlarının doğrudan ya da dolaylı olarak devlet tarafından baskın bir konumda tutulması, sık sık değişikliğe uğraması anormal bir durum olarak görülmemektedir.”⁸³ Kitle iletişim araçları konusunda yapılan yasal düzenlemeler 1959, 1964, 1972, 1974, 1982 ve 1986 tarihlerini taşımaktadır. İlginç bir tesadüf(!) olarak bu tarihlerin neredeyse tümü seçim tarihlerine denk gelmektedir.

Türkiye’deki kitle iletişim araçları üzerine yapılan düzenlemeler de hep 10 yıllık periyodlarla olan askeri darbelerin ertesine rastlamaktadır. En son çıkarılan 3984 sayılı Yasa, böyle bir periyodun değil teknolojinin karşısında düşülen çaresizliğin bir sonucu olarak gündeme gelmiştir. Demokrasi tarihimizin alışmış olduğu darbeler periyoduna rastlamamasına ve o güne kadar siyasal iktidarın hiç de alışmadığı bir şekilde karşılaştığı kamuoyu baskısına rağmen yine de bu yasanın

⁸⁰ Erol, MUTLU, a.g.e., s.145.

⁸¹ a.k. , s.145.

⁸² Bülent, ÇAPLI, a.g.e., s.29.

⁸³ a.k., s.38.

içerisinde devletin ve siyasal iktidarın kontrolü elinde tutma güdüsüne engel olunamamıştır.

Prof. Dr. Erol Mutlu ve Prof. Dr. Bülent Çaplı'nın da vurguladıkları gibi iletişim sistemleri bulundukları ülkenin siyasal sistemiyle yakından ilintilidir ve o ülkedeki demokrasi gelenekleriyle şekillenir. Bizim iletişim sistemimiz de bizim demokrasi geleneklerimizle şekillenmiştir.

4. Yayıncılık Sistemlerinde Düzenleyici Örgütler

Geleneksel olarak yayıncılık alanının düzenlenmesinin oldukça durağan bir süreç olduğu konusunda bir görüş birliği oluşmuştur. Bu düzenleme Avrupa ülkelerinde devletin her zaman yayın alanını kontrol etme isteği ile şekillenirken Amerika birleşik devletlerinde düzenleme isteği yayın kuruluşlarından gelmiştir. Bu istek de yine Amerikan Sistemi'nin temelini oluşturan ticari yayıncılık anlayışının bir gereği olarak, ticari alanın kar elde edebilmeye uygun bir ortama kavuşturulması gereğinden kaynaklanarak, yalnızca frekans kullanımının ve teknik altyapının kurallara bağlanması şeklinde gerçekleşmiştir. Avrupa'da ise siyasal iktidarlar her zaman radyo-televizyon yayınlarını iktidarın kurulmasında ve korunmasında önemli bir araç olarak görmüşler ve bu nedenle bu alanı kontrol altında tutma zorunluluğu hissetmişlerdir. Ulus devlet oluşturma, ulusal birliğin sağlanması ve ulusal çıkarların gözetilmesi zorunluluğu Avrupa'da yayıncılık alanını önce kamu yayıncılığı şeklinde yapılandırmasının temel dayanakları olmuştur. Ancak ileriki bölümlerde aktaracağım gelişmelerden sonra bu alanı özelleştirme baskılarına karşı koyamayarak yayıncılık alanında yapısal değişikliğe gidilmesi zorunda kalınmış ama bu durumda bile siyasal

iktidarlar denetimi ellerinden bırakmak konusunda istekli olmamışlardır. Bu süreç içerisinde kamu yayıncılığı anlayışı kamu hizmeti yayıncılığı anlayışına dönüşmüş yeni oluşmaya başlayan iletişim ortamında da ticari yayın kuruluşlarında bile bu kamu hizmeti yayıncılığını gözetecek, kısıntılar halinde de olsa bu anlayışa dayanan yayın anlayışını sağlayacak kuralların bulundurulmasına özen gösterilmiştir. Genel olarak bu oluşum süreçleri sonunda oluşan düzenleyici örgütlerin, o ülkenin demokrasi geleneği, geçirdiği tarihsel deneyimleri, toplumsal yapısı içerisinde bulundurduğu etnik ve siyasi mozaikler gibi öznel koşullara göre yapılandığını görürüz. Geleneğinde uzlaşma bulunan ülkelerde bu oluşum daha uzlaşmacı şekillerde biçimlenmiştir. Prof. Dr. Bülent Çaplı Televizyon ve Siyasal Sistem kitabında bu ülkelere örnek olarak İngiltere'yi göstermiştir. Geleneğinde uzlaşma bulunmayan ülkelerde ise bu yapılanma Fransa'da olduğu gibi daha sert ve yoğun tartışmalardan sonra şekillenebilmiştir. Hangi gelenekler çerçevesinde şekillenirse şekillensin yine de Avrupa'da düzenleyici örgütlerin ortak bazı özellikler gösterdiklerini görürüz. Özel girişim yayıncılığı ortaya çıkmadan önce düzenleyici örgütler ulusal çıkarlar çerçevesinde belli başlı kültürel standartların belirlediği kuralları uygulama görevini üstlenmekteydi. Yani düzenleyici kamuoyunda gösterişsiz fakat güvenilir bir imaja sahipti. Düzenleyicinin tavırlarında ya da yaklaşımlarında, sektörel çıkarlar yerine toplumsal çıkarlar belirleyici olmaktaydı. Özel girişim yayıncılığının ortaya çıkmasından sonra ise, ana hatlarıyla çizilmeye çalışılan tablonun değişmeye başladığı görülmektedir. Bu yeni yaklaşımda, sektörün ekonomik olarak büyümesi ve bunun sonucunda daha fazla yatırım ve iş olanaklarının ortaya çıkması hedeflenmektedir. Yalnız bütün bu ekonomik öngörülere rağmen yine de Avrupa'da siyasal iktidarlar denetim yetkilerini

devretmekte kiskanç davranmışlardır. Denetimin şekli ve niteliği ülkeden ülkeye değişse de öncelikle düzenlemenin tek bir elden yapılabilmesi ortak bir anlayış olmuştur. Bu amaçla, birçok Avrupa ülkesinde ‘Düzenleyici Örgüt’ler oluşturulmuş ve bu iş için gerekli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu örgütlere örnek olarak, Fransa’daki Yayıncılık Yüksek Konseyi (*Counseil Supérieur de L’audiovisuel – CSA*); İtalya’daki Parlamento Yayıncılık Gözlem Komitesi (*Commissione Parlamentare per l’indirizzo Generale e la Vigilanza dei Servizi Radiotelevisivi*) ve Garantör (*Ufficio del Garante*); Almanya’daki Eyalet Yayıncılık Kurulları (*Landesmedien-anstalten*); Hollanda’daki Medya Otoritesi (*Commissariaat Voor de Media*); İngiltere’deki Bağımsız Televizyon Komisyonu (*Independent Television Commission-ITC*), Radyo Otoritesi (*Radio Authority-RA*), Yayıncılık Standartları Konseyi (*Broadcasting Complaints Commission-BCC*); Yunanistan’daki Yayıncılık Konseyi (*Ethniko Symboulío Radioteleoraseos*) gösterilebilir.⁸⁴

Avrupa ülkelerindeki bu düzenleyici örgütlerin hepsinin birbirinden farklı özellikleri vardır. Ama yine de Amerika’daki yayın sistemini göz önünde tuttuğumuzda, Amerika iletişim sisteminin karşısında; bu farklı yapısal özelliklere sahip düzenleyici örgütlerin yer aldığı, Avrupa iletişim sistemi olarak adlandırdığımız bir iletişim sistemini ayrı bir kategori olarak oturabiliyoruz.

“İletişim hukukçuları, düzenleyici kurulların temel işlevlerini, yayıncılık sisteminin çalışmasını düzenleyecek kuralları koymak ve bunları uygulamak olarak belirtmektedirler. Jongen, Avrupa’daki düzenleyici kurullar ile ilgili olarak yaptığı araştırmada, bu tür kurulların sisteme yönelik müdahalelerini dört grupta

⁸⁴ a.k., s.129

toplamaktadır. Bunlar, örgütsel nitelikteki müdahaleler, suç bildirimi, yaptırımlar ve son olarak da düzenleyici nitelikteki müdahaleler olarak sınıflandırılmaktadır.”⁸⁵

Avrupa’daki düzenleyici örgütlere geçmeden önce Amerika’daki yasal süreci incelemek İki farklı model olarak nitelediğimiz Amerikan Tecimsel Yayıncılık modeli ile Avrupa Kamu Hizmeti Yayıncılığı modelleri arasındaki ayrımı görmek açısından da yararlı olacaktır.

4.1. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri’nde yayıncılık alanını gerçek anlamda düzenleyen ilk yasa yayın kuruluşlarının ve büyük şirketlerin baskısı ve talebi doğrultusunda 1927 yılında çıkarıldı. Çıkarılan bu yasa ile Federal Radyo Komisyonu adında beş kişilik bir kurul oluşturuluyor, bu kurul yayın yapacak şirketlere frekans tahsisi, ruhsat verme, ruhsatları yenileme ve verilen ruhsatı iptal etme gibi yetkilerle donatılıyordu.⁸⁶

1 Temmuz 1934 tarihinde çıkarılan yeni haberleşme yasasına kadar Federal Radyo Komisyonu Çalışmalarını sürdürdü. Yayıncılığın federal düzeyde düzenlenmesine yönelik ihtiyaçlar nedeniyle çıkarılan yeni yasa, 1924 tarihli yasanın birçok hükmünü bünyesinde toplarken, Yeni Haberleşme Komisyonu “FCC” adında yeni bir kuruluşu da hayata geçiriyordu.⁸⁷

⁸⁵ a.k., s.130.

⁸⁶ Erol, MUTLU, a.g.e., s.111.

⁸⁷ a.k., s.111.

4.1.1. Federal Haberleşme Komisyonu (FCC)

Federal Haberleşme Komisyonu beş üyeden oluşur ve bütün üyeleri Başkan tarafından atanır. Komisyonun görev ve yetkileri, ruhsat vermekten ruhsat yenilemeye, frekansların ne şekilde kullanılacağına belirlenmesinden bir kuruluşun kaç tane istasyona sahip olabileceğini ya da kontrol edebileceğini belirlemeye kadar değişik konuları içerecek şekilde geniştir. Komisyon kamu hizmetine yönelik ve yerel amaçlı programları zorunlu kılan kuralları belirlerken, kişi haklarını koruyan, kişilere karşı adil davranışı güvenceye alan kuralları da koyar.⁸⁸

FCC'nin en önemli yetkisi yayın kuruluşlarının yayın yapabilmesine olanak sağlayan ruhsat verme konusudur. FCC ruhsat verirken Kamusal uygunluk, kamu çıkarı veya kamusal gereklilik ölçütlerine uygunluğu gözetir. Bu kavramların belirsizliği bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Sonuçta kıt olan frekanslar birçok başvuru arasından bazılarını ücretsiz olarak verilmektedir ve bu seçimin de haklı nedenlere dayanmasını gerektirir. Bu gereklilik yayıncıların “kamusal mutemet” oldukları şeklinde bir kavramı doğurmuştur.”Bu kavram toplumda yayın yapma iznini alan kişilerin, toplumsal bir hakkı kullanmaları nedeniyle, toplumun bu hakkını geçici olarak devralmış, buna karşılık topluma karşı büyük bir sorumluluk altına girmiş olmalarını ifade etmektedir”⁸⁹

FCC'nin elinde bulunan bir diğer önemli yetki ise bir kuruluşun ne kadar radyo televizyon istasyonuna sahip olabileceğini belirlemektir. Bir kuruluşun sahip olabileceği en çok frekans sayısı 1984 yılına kadar 7 AM, 7 FM ve 7 televizyon

⁸⁸ a.k., s.114.

⁸⁹ a.k., s.114.

istasyonu şeklindeyken 26 haziran 1984 yılında yapılan bir değişiklikle bu sayılar 12'ye çıkarılmıştır.⁹⁰

FCC'nin bu düzenleme ile ilgili yetkileri yanında yayın süreleri ile ilgili kısıtlamalar getiren yetkileri ile yerel nitelikli programlar yapmayı zorunlu kılan yetkileri de bulunmaktadır. FCC'nin yayınların içeriğine doğrudan karışabilme yetkisi olmamasına rağmen "Eşit süre Kuralı" ve "Hakkaniyet İlkesi" olarak adlandırılan iki kural nedeniyle uygulamada yetki sınırını aştığı ve zaman zaman programların içeriğine müdahale edebildiği öne sürülmektedir.⁹¹

Eşit süre kuralı, birbirinin rakibi olan siyasal adaylara radyo ve televizyondan eşit şekilde yararlanabilme bu araçları eşit şekilde kullanabilme olanağı verir. Hakkaniyet ilkesi ise kamu çıkarı ve yayıncıların kamusal mutemet oldukları kavramlarına dayanılarak konmuştur ve kamuyu ilgilendiren konularda karşıt görüşlere yer verilmesi gerekliliğini ifade eder. Bu da uygulamada yayınların içeriğine müdahale etmeksizin pek mümkün olamamaktadır.⁹² Özellikle bu kuralın uygulanmaması durumunda yayın ruhsatının iptal edilebilmesi FCC'ye oldukça büyük bir güç kazandırmaktadır.

4.2. İngiltere

İngiltere'de bugün yayıncılık alanıyla ilgili olarak üç ayrı komisyon bulunmaktadır. Bunlar :

1. Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC)
2. Yayıncılık Şikayetleri Komisyonu (BCC)
3. Yayın Standartları Komisyonu (BSC)

⁹⁰ a.k, s.115.

4.2.1. Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC)

Bağımsız Televizyon Komisyonu, bir başkan, bir başkan yardımcısı ve sayıları sekizden az ondan çok olmayacak şekilde belirlenmiş ve tamamı işleri bakanı tarafından atanmış üyelerden oluşmaktadır.⁹³

Bu komisyon yayın iznini vermekte ama program izleme yetkisi bulunmamaktadır. Yayın kuruluşunun, ITC'nin verdiği lisansta belirtilen koşullara uymaması durumunda ITC'nin bir dizi yaptırım uygulama yetkisi vardır. Buna göre yaptırımların en hafifi yayın kuruluşundan düzeltme-cevap hakkı ya da özür yayınının yapılmasını istenmesidir. En sert ceza ise yayın izninin iptal edilmesidir. ITC ayrıca, yayın kuruluşundan lisans koşullarına aykırı özellikler taşıyan programların yayınlanmamasını isteme yetkisine de sahiptir.⁹⁴

ITC'nin yaptırımları kademeli olarak sertleşmektedir. En sert cezayla en yumuşak ceza arasında önce parasal yaptırımlar daha sonra ise yayın izninin geçerli olduğu sürenin kısaltılması gelir.

Para cezasının ilk kez uygulanması durumunda kanalın gelirinin % 3 'ü, daha sonraki uygulamalarda ise % 5'i oranında bir ceza tahakkuk ettirilmektedir. Bundan sonra ise yayın kuruluşuna verilen yayın izninin süresinin kısaltılması yaptırımı uygulanır. Böyle bir cezanın uygulandığı yayın kuruluşu yakından izlenir. İyi yönde gelişmeler görüldüğü takdirde cezanın kaldırılması öngörülebilir. Yayın izninin geçerli olduğu sürenin kısaltılması cezası yasa gereğince dördüncü kanala (channel 4)

⁹¹ a.k., s.116.

⁹² a.k., s.118.

⁹³ Bülent, ÇAPLI, a.g.e, s.137.

⁹⁴ a.k., s.139.

verilememektedir. Bütün bu yaptırımların sonucunda talimatlara aykırı durum devam ederse ITC, yayın izninin iptaline karar verebilmektedir.

4.2.2. Yayıncılık Şikayetleri Komisyonu (BCC)

1981 yılında kurulan ve bugün de faaliyetini sürdüren BCC 5 üyeden oluşmaktadır. Bu komisyonun üyelerinin de tamamı içişleri bakanı tarafından atanmaktadır. BCC'nin görevi yayınlardaki adaletsiz ve haksız muamele, özel yaşama saldırıda bulunma ya da programlarda kullanılacak bilgi ve belgelerin elde edilebilme yöntemleriyle ilgili olarak kendisine iletilen şikayetleri araştırmak ve bunlarla ilgili kararlar almaktır.⁹⁵ Komisyonun yetki alanı geniş olmakla birlikte yaptırım gücü yoktur. Sadece her ay bunlarla ilgili bir rapor hazırlayarak kamuoyuna açıklar.

4.2.3. Yayın Standartları Komisyonu (BSC)

“BSC 1990 yılında yürürlüğe giren yayıncılık yasasında yer almaktadır. Yasa BSC'nin görevini yayıncılara ve düzenleyici kurullara danışarak, programlarda cinsellik ve şiddet gibi konularda belirli ilkeler geliştirmek olarak belirlemiştir.”⁹⁶ Radyo televizyon yayınlarının yanı sıra reklamlardaki şiddet ve cinsellik uygulamaları da BSC'nin yetki alanına girmektedir.

BSC de BCC gibi şikayet üzerine harekete geçen bir komisyondur. Dinleyiciler ya da izleyiciler tarafından iletilen şikayetleri yerinde bulduğu takdirde konu ile ilgili sonuçları gazetelerde, yayın organlarında yayınlamaktadır.

⁹⁵ a.k., s.142.

⁹⁶ a.k., s.143.

Sekiz kişiden oluşan komisyonun başkanı da dahil tüm üyeler diğer iki komisyonda olduğu gibi işleri bakanı tarafından atanmaktadır.

4.3. Almanya

Almanya'da her eyalette bir "Eyalet Medya Kurulu" oluşturulmuştur. Bu kurulların temel görevi yayın kuruluşlarına frekans tahsisi yapmak ve yayın izni vermektir. Ayrıca bu kurullar yayın izni verilen kuruluşun o eyaletin yayıncılık yasalarına uygun olup olmadığını da denetlemekle yükümlüdürler.⁹⁷ Özerk bir yapıya sahip bu kurullarda örgütsel olarak iki farklı birim bulunmaktadır. Bunlardan birincisi paneldir. Panel toplumun değişik kesimlerinin temsilcilerinden ya da çok farklı bir oylama sistemi ile belirlenen üyelere oluşmaktadır. Bu Panel'in temel görevi özel radyo televizyon istasyonlarına yayın izni vermek ve izin verilen istasyonları izlemektir.⁹⁸ "Kurulun ikinci organı ise bir müdürden oluşmaktadır. Müdürün görevi ise Panel'e tavsiyelerde bulunmak, Panel'in kararlarını uygulamak ve diğer bürokratik işlemleri yapmaktır"⁹⁹. Eyalet Medya Kurulunun kalabalık bir üye sayısı vardır. Örneğin Bavyera Eyalet Medya Kurulunun medya konseyi şu üyelere oluşmaktadır.

1. "Bavyera Eyaleti Hükümetinin bir temsilcisi;
2. Bavyera Eyalet Parlamentosu'nda temsil edilen partilerin her yirmi üyesine karşılık bir temsilci;
3. Katolik, Protestan Kiliseleri ile Yahudi Cemaatinden birer temsilci;
4. Bavyera Senatosundan üç temsilci;

⁹⁷ a.k., s.146.

⁹⁸ a.k., s.144.

⁹⁹ a.k., s.144.

5. Bavyera Tarımcılar Birliği'nden, Sendikalardan, Sanayi ve Ticaret Odalarından ve Sanatkarlar Odasından birer temsilci;

6. Bavyera Şehir Kongresi, bölge konseyleri ve belediyeler kongresinden birer temsilci;

7. İşçi sendikaları, tarımcılar birliği, katolik ve protestan kadın örgütleri ile Bavyera Spor Derneği'nin temsilcileri olarak beş kadın;

8. Bavyera gençlik konseyinin bir temsilcisi;

9. Bavyera spor derneğinin bir temsilcisi;

10. Yazarlar, besteciler ve müzisyenler örgütlerinin birer temsilcisi;

11. Bavyera eyalet tiyatrosunun bir, Bavyera tiyatro müdürlerinin bir temsilcisi,

12. Gazeteciler cemiyetinin ve gazete yayıncıları birliğinin bir temsilcisi;

13. Üniversite ve diğer yüksek öğretim kurumlarından birer temsilci;

14. Öğretmenler derneği, veliler birliği ve halk eğitim örgütlerinden birer temsilci;

15. Bavyera yerel kültürler birliği konferansından bir temsilci;

16. Aile derneklerinden bir temsilci,

17. İşverenler sendikasıdan bir temsilci;

18. Doğal hayatı koruma federasyonundan bir temsilci;

19. Serbest meslek derneğinden bir temsilci.”¹⁰⁰

Medya Eyalet Kurullarının mali kaynaklarını ruhsat gelirlerinden ayrılan % 2'lik bir pay karşılamaktadır. Bu kurulların uyarı, para cezası, geçici olarak yayın

¹⁰⁰ a.k., s.144-145.

izninin iptali ve yayın izninin kesin olarak iptal edilmesi gibi yaptırım yetkileri bulunmaktadır.¹⁰¹

4.4. Fransa

“Kağıt üzerinde bakıldığında, yasal düzenleme açısından Fransız yayıncılık sistemi neredeyse kusursuz görüntü vermektedir. Fakat uygulamada sistemin aşırı düzeyde partizan bir yapıda olduğu görülmektedir. Bu partizan yapıdan nasibini alan en önemli örgüt ise Yayıncılık Yüksek Konseyi (CSA)’dır.”¹⁰² Konseyin 1982 yılında kurulmasından bu yana yapısı ve ismi tam üç kez değişmiştir.

CSA dokuz üyeden oluşmaktadır. Bu üyeler altı yıllık bir süre için seçilirler. Dokuz üyeden üçü (Konsey’in başkanı da dahil olmak üzere) Fransa Cumhurbaşkanı tarafından atanır. Geriye kalan altı üyeden üçü Meclis Başkanı, diğer üçü ise Senato başkanı tarafından belirlenir. CSA’nın üyelerinin ulusal meclis üyesi, kamu çalışanı ya da özel yayın kurumu çalışanı ya da hissedarı olmaması gerekmektedir.¹⁰³ Ayrıca, film, sinema, basın, yayın, reklam ve telekomünikasyon alanında faaliyet gösteren herhangi bir kuruluşun çalışanı ya da hissedarı olmaması da aranan bir koşuldur.

“1989 İletişim Yasası’nın 1. maddesinde, CSA’nın, rekabetin özgürce yapılmasını, programlarda çeşitliliğin ve kalitenin artırılmasını, ulusal “görsel-işitsel” sektörün gelişmesini, ulusal kültür ve dilin korunmasını sağlamakla görevlendirildiği görülmektedir”¹⁰⁴ Bu yasayla birlikte CSA’ya yayın kuruluşlarına frekans tahsisi, yayın izninin verilmesi gibi yetkiler de verilmiştir. CSA’nın programların

¹⁰¹ a.k., s.144-145.

¹⁰² a.k., s.132.

¹⁰³ a.k., s.133.

¹⁰⁴ a.k., s.134.

ve reklamların içeriğine müdahale yetkisi de bulunmaktadır. CSA belirlenen yayın ilkelerine uyulmasını sağlama, reklam ilkelerini belirleme özellikle de çocukları zararlı yayınlardan korumaya yönelik düzenlemeleri yapma gibi geniş yetkilerle donatılmıştır.

Yaptırımlar açısından, CSA'nın, yükümlülükler belgesinde belirtilen koşullara uyulmadığı gerekçesiyle, yayın kuruluşunu önce uyarmak koşulu ile lisansı iptal etmeye kadar varan oldukça güçlü yetkileri bulunmaktadır.¹⁰⁵

4.5. İtalya

İtalya'da ticari yayıncılık kurumlarının oluşturduğu kesimde, 1990 Yayıncılık yasasının hükümlerini uygulamak amacıyla kurulan oluşumun başında, 'Garantör' olarak adlandırılan bir kişi bulunmaktadır. "Garantör iki meclis başkanının önerisi üzerine Cumhurbaşkanı tarafından üç yıllık bir süre için atanır. Süresi sadece bir kez uzatılabilir. Yasaya göre, Anayasa Mahkemesi'nin ve Yüksek Mahkemelerin eski yargıçları, Üniversite öğretim üyeleri ya da kitle iletişimi alanında 'tanınmış' kişiler yargıç olarak atanabilirler."¹⁰⁶ Garantörün kendi etrafında oluşturduğu bir büro yardımıyla, özel girişim yayıncılarının yürürlükteki yayıncılık yasasına uyup uymadıklarını denetlemesi gerekmektedir.¹⁰⁷ Yasa yürürlüğe girdikten sonra işbaşına getirilen ilk garantör bir yargıçtır. İtalyan Yayıncılık Yasasıyla belirlenen garantörün yetkileri aslında oldukça kısıtlıdır. Ayrıca yasada bu yetkilerin kullanımı ve yaptırımları konularında çok açık hükümler de yer almamaktadır. Garantör, yasaya uymayan yayın kurumları hakkında idari yaptırımlarda bulunabilmektedir.

¹⁰⁵ a.k., s. 134.

¹⁰⁶ a.k., s. 135.

¹⁰⁷ a.k., s. 135.

Garantörün ilgilenmesi gereken konuların arasında, yayın kurumlarındaki mülkiyet ilişkileri ve reklamcılık yer alırken, yayıncılıkla ilgili kültürel konulara yer verilmemiştir.” Monokratik bir otorite olarak nitelendirilen garantörün işlevleri ise genellikle bürokratik olarak tanımlanmaktadır”.¹⁰⁸ Tüm ticari yayın kurumlarının kayıtlarını tutmak; yayın kurumları, yapım şirketleri, program dağıtım şirketleri ve reklam şirketlerinin bütçelerini incelemek; bu kurumların mülkiyet yapılarını sürekli gözlem altında bulundurmak; yalan haber ve kişilik haklarına saldırı gibi konularla ilgili kararları almak garantörün yapması gereken işler olarak görülür.¹⁰⁹

4.6. Türkiye

Türkiye’de 3984 sayılı yasa ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu adı ile bir kurul oluşturulmuştur. Yasanın 5. maddesi şöyledir: “Radyo ve Televizyon faaliyetlerini düzenlemek amacıyla özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur.”¹¹⁰ Üst kurul, basın-yayın, iletişim ve teknolojisi, kültür, din, eğitim, hukuk alanlarında birikimi olanlardan ve yüksek eğitim görmüş devlet memuru olma niteliğine sahip 5 iktidar partisi veya partilerinin, 4 ü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından TBMM’ce seçilen 9 üyeden oluşur. Üst kurul üyelerinin görev süresi 6 yıldır. Üyelerin 1/3 i iki yılda bir yenilenir. İktidar partilerinin kontenjanından bir üyelik boşalması halinde seçim, iktidar ortağı büyük partinin göstereceği bir aday ile, iktidar ortağı diğer partilerin kendi aralarında ad çekme ile tespit edecekleri bir aday arasında yapılır. Muhalefet partilerinin kontenjanlarından bir üyelik boşalması halinde de seçim,

¹⁰⁸ a.k., s. 136.

¹⁰⁹ a.k., s. 136.

¹¹⁰ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Yönetmelikler ve Tebliğler, Ankara, 1996, s.11.

anamuhalefet partisinin göstereceği bir aday ile diğer muhalefet partilerinin kendi aralarında ad çekme ile tespit edecekleri bir aday arasında yapılır.

RTÜK'nun görev ve yetkileri 3984 sayılı yasanın 8. maddesinde şöyle belirtilmiştir :

- a) “Ulusal ve bölgesel frekans planlamalarını yaptırmak,
- b) Ön şartları yerine getirmiş müracaatçı kuruluşlara, tarafsızlık ve hakkaniyet ölçüleri dahilinde yayın izni ve lisans vermek, 16 ncı maddeye uygun olarak ulusal, bölgesel ve yerel planlamalardaki kanal ve frekans bandlarının TRT Kurumu eliyle kullanılan kanal ve frekans bandları dışında kalanların en az % 50'sinin zaman paylaşımli ve bölgesel dengelere uygun biçimde kullanımını gözeterek kanal ve frekans bandları tahsis etmek,
- c) Radyo ve televizyon kuruluşlarına, ulusal, bölgesel ve yerel yayınları için ulusal kanal ve frekans bandı planlarına uygun olarak tahsis edilen yayın alanlarını kapsayacak verici tesisleri kurma ve işletme izni 5.4.1983 tarihli ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine uygun olarak vermek ve tesisin bu Kanun hükümlerine ve tesis şartlarına uygunluğunu denetlemek,
- d) Bu Kanun hükümlerine uygun olarak radyo ve televizyon kuruluşlarının ulusal ve yerel yayınlarına imkan verecek, ulusal kanal ve frekans bandı planında öngörülen radyo ve televizyon vericileri ile sabit veya hareketli yayın yerleri arasında mevcut telekomünikasyon şebekesi yanında, uydu aracı ile bağlantı kurabilmeleri amacıyla ve öngörülen amaçlar için kullanılması kaydıyla uç linkleri kurabilmesi için 5.4.1983 tarihli ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine uygun şekilde telekomünikasyon tesisleri kurma ve işletme izni

vermek ve tesislerin bu kanunda öngörülen izin esaslarına uygun olarak işletilmesini denetlemek,

- e) Zaman paylaşımlı program kanallarının tahsisinde bölgesel dengeleri gözeterek, kuruluşları ülkenin değişik bölgelerinde yayın yapmaya teşvik etmek,
- f) Yurt içinden yayın yapacak kamu ve özel radyo-televizyon kuruluşlarının yayın izni ve lisans talebinde bulunabilmek için yerine getirmeleri gerekli önşartları ve standartları Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkeleri gözönünde bulundurularak tespit etmek ve kamuoyuna duyurmak,
- g) Kanal ve frekans bandı tahsisinde gerekli şartları ve tahsis hakkı alanların yayına geçme süresini ve radyo ve televizyon istasyonu kuranların ödeyecekleri yayın izni ve lisans ücretlerini ilgili yönetmeliklerle belirlemek,
- h) Radyo-televizyon yayınlarını izleme sistemleri kurarak, yayınların 4 üncü maddeye ve bu alanda Türkiye'nin taraf olduğu milletlerarası antlaşmalara uygunluğu açılarından denetlenmesini yapmak,
- i) Yayın kuruluşlarının, bu Kanun hükümlerine aykırı yayın yapması ve tahsis şartlarına uymaması halinde, gerekli müeyyideleri uygulamaya karar vermek,
- j) Yurt içinde, yayınların ulaşamadığı yerlerde, yerel imkanlarla radyo ve televizyon vericisi kurulmasına izin vermek,
- k) Uydu aracılığı ile yurt içinden veya yurt içine yapılacak yayınların ulusal ve uluslararası ilke ve esaslara uygunluğunu gözetmek, bu amaçla diğer ülkelerdeki yetkili kuruluşlarla işbirliği yapmak,

- l) Şifreli yayınlarla kablolu radyo ve televizyon tesis ve yayınları ile ilgili kuralları bu kanundaki ilkeler çerçevesinde ve Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi Genel Müdürlüğünün kablolu radyo ve televizyon tesislerini atıl bırakmamayı gözeterek belirlemek,
- m) Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyunda doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izlemek ve gerekli yönlendirmelerde bulunmak amacıyla gerekli kamuoyu araştırmalarını yapmak ve yaptırmak,
- n) Telsiz Genel Müdürlüğünün görevleri saklı kalmak kaydıyla, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili olan milletlerarası hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlar nezdinde Devlet'i, Dışişleri Bakanlığının görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, temsil etmek; radyo ve televizyon kuruluşlarının doğrudan üyesi bulundukları hariç olmak üzere, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında faaliyet gösterip milletlerarası hukuk tüzel kişiliğine sahip olmayan uluslararası kuruluşlarda temsil görevini yerine getirmek ve bu bent gereğince belirlenen belgelere usulüne göre imza koymak,
- o) Radyo ve televizyon konusunda ilgili kurum ve kuruluşlarla periyodik istişarelerde bulunarak, kamuoyu eğilimlerini değerlendirmek,
- p) Bu Kanun ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkelerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri ile ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak.”¹¹¹

¹¹¹ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Yönetmelikler ve Tebliğler, Ankara, 1996, s.13-14

3984 sayılı yasa RTÜK'ün görev ve yetkilerini böylesine ayrıntılı bir şekilde açıklarken bu maddenin “p” fıkrasında da ilgili yönetmelikleri ve düzenlemeleri yapma yetkisini RTÜK'e tanımıştır.

4.6.1. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun Kurumlaşma Süreci ve Uygulamaları

3984 sayılı kanunla özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği statüsünde kurulan RTÜK, kurumlaşma sürecini tamamlayabilmek amacıyla 12 ayrı yönetmelik çıkartmış, bu yönetmeliklerle radyo televizyon yayıncılığı alanında düzenlemelere gidilerek yayınların yasal bir zemine oturtulması amaçlanmıştır. Bilindiği üzere RTÜK'nun iki farklı yetki alanı bulunmaktadır. Bu alanlardan biri yayınların denetimi, diğeri ise frekans tahsisi ve yayın izninin verilmesidir. Kurul 1995 yılında “Televizyon Ulusal Frekans Planını” yayınlamıştır. 1995 yılından bu yana geçen sürede ise bu plan uygulamaya konulamamıştır. Gerek politik baskılar gerekse planın yapısından gelen teknik aksaklıklar plan üzerinde bazı değişiklikler yapılması zorunluluğunu getirmiştir. Bugün Bilkent Üniversitesi bir yandan bu plan üzerinde çalışırken, bir yandan da RTÜK'nun oluşturduğu ve içinde O.D.T.Ü., Tübitak ve RTÜK'nun yer aldığı bir konsensus da ayrı bir frekans planı üzerinde çalışmaktadır. Ancak Haziran 1999 tarihi itibarıyla Türkiye'nin bir Ulusal Frekans Planı gerçekleştirilememiş, doğal olarak da radyo ve televizyon kanallarına bir frekans tahsisi yapılamamıştır. 28 Nisan 1995 tarihi itibarıyla başvuruda bulunan 16 ulusal, 15 bölgesel ve 230 yerel televizyon kuruluşu ile 8 Aralık 1995 tarihi itibarıyla başvuruda bulunan 36 ulusal 108 bölgesel ve 1055 yerel radyo kuruluşuna bir frekans tahsisi yapılamamıştır. Bu istasyonlara bir frekans tahsisi yapılamadığı gibi kaçına frekans tahsisi yapılacağı kaçına yayın izni verilmeyeceği de henüz belli

değildir. Sorumluluklarından birini çeşitli nedenlerle henüz tam olarak yerine getiremeyen RTÜK, diğer bir sorumluluğu olan yayınların izlenmesi ve denetimini ise hemen hemen eksiksiz yerine getirmektedir.

Yayın izleme çalışmalarının yerine getirilebilmesi için bir “Yayın İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı” kurulmuş, bu başkanlık bünyesinde yayınlar düzenli olarak izlenmeğe başlanmıştır. Bu daire tarafından işlem yapılması gerekli görülen yayınlar hakkında bir rapor hazırlanarak üst kurulun gündemine sunulur. Her hafta düzenli olarak toplanan üst kurul, bu raporları değerlendirerek müeyyide uygulanıp uygulanmamasına karar verir.

Üst kurul sadece kendi uzmanlarının raporlarını değil izleyicilerin başvurularını da değerlendirir. Bu başvurular yazılı yapılabildiği gibi Üst Kurul tarafından faaliyete geçirilen “178 Alo RTÜK” hattı aracılığıyla da yapılabilmektedir.

Yayın izleme konusunda ulusal radyo ve televizyonların izlenmesi hususunda bir problem yaşanmamaktadır. Ulusal ve kablolu yayınların tümü Üst Kurul Merkez Teşkilatı tarafından izlenebilmektedir. Ancak, bölgesel ve yerel yayınların izlenmesi bu merkezden gerçekleştirilememektedir. Bunun için İstanbul ve İzmir’de bölge müdürlükleri kurulmuş, Adana, Diyarbakır ve Van’da bölge müdürlükleri kurulması için teknik çalışmalar başlatılmıştır. Ayrıca Antalya, Erzurum, Kars ve Trabzon’da da bölge müdürlükleri kurulması yolunda karar alınmıştır. Böylece tüm yerel ve bölgesel yayınların takip edilebilmesi planlanmaktadır. Ancak, bu altyapı kuruluncaya kadar geçecek zaman içerisinde yerel ve bölgesel yayınların başıboş bırakılmasını, denetlemeden uzak kalmasını Üst Kurul kendi görev bilincine

sıgıdıramamıştır. Bu denetleme işinin yapılabilmesi için diğer kamu kuruluşlarıyla işbirliği yapılması yoluna gidilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Çalışma Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelikte gereken değişiklikler yapılarak, radyo – televizyon yayınlarının izlenmesini sağlamak amacıyla İçişleri Bakanlığı ve Emniyet Genel Müdürlüğü ile işbirliği sağlanmıştır. Bu kurumlar yayınları dinleyip kaydetmek ve RTÜK’e bildirmekle sorumludurlar. Kaydedilen yayın bantları RTÜK Yayın İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı’na gönderilir. İlgili daire yayın bantlarında kanuna aykırılık bulunduğu kanaatine varırsa, bir rapor hazırlayarak RTÜK’e gönderir. Nihai karar burada verilir.

3984 sayılı yasaya göre, yayın ihlalinde bulunan kuruluş önce uyarılır, ihlalin tekrarı halinde ise yayını durdurulur. Yayının ne kadar süre ile durdurulacağına Üst Kurul karar verir. Bunun için yasada herhangi bir alt veya üst sınır yoktur.

5. Kamu, Kamu Yararı ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı

Kamu yayın kuruluşu, kamu yararı, kamu hizmeti ve kamu çıkarı kavramları bu çalışmada oldukça sık kullandığımız ve birbirine karışan, karıştırılan kavramlardır. Yerel yayın sistemlerine geçmeden önce bu kavramlardan ne anladığımızı açıklamak yararlı olacaktır. Prof. Dr. Erol Mutlu, “Televizyon ve Toplum” adlı kitabında yayıncılık kavramları açısından kamu kavramının anlamını, mülkiyet ilişkileriyle kısıtlı olduğunu belirtir. Yani kamu yayın kuruluşu dendiğinde mülkiyeti kamuya ait kurumlar kastedilmektedir. Mülkiyeti özel kişilerin elinde bulunan yayın kuruluşları ise kamu yayın kuruluşunun karşısında durmaktadır.

Genellikle kamu ve ticari yayın kuruluşları olarak yapılan ayrımın devlet ve özel yayın kuruluşları şeklinde yapılması bu konudaki kavram karmaşasını gidereceği gibi durumu daha da aslına uygun hale getirecektir. Kuşkusuz birçok kamu kuruluşunun sermaye yapısı bunlara özel kişilerin de ortak olmasına müsaittir ama bu tür kurumlarda yönetimin belirlenmesini sağlayacak miktarda sermaye payı genellikle devletin olduğu için bunları devlet yayın kurumu olarak adlandırmak daha doğru olacaktır (*Bu çalışmada zaman zaman kamu yayın kurumu, zaman zaman da devlet yayın kurumu terimleri kullanılmıştır. Bu terimlerle kastedilen mülkiyeti devletin elinde bulunan yayın kurumlarıdır.*).

Karmaşaya neden olan bir başka terim ise kamu yayıncılığıdır. Çünkü bu terimin karşısı olabilecek özel yayıncılık, yayın politikaları ve yayın hedefleri düşünüldüğünde kamudan ziyade özel kişilere, özel çıkarlara hitabeden bir yayıncılık anlayışını ifade ediyor gibidir. Bu nedenle kamu yayıncılığının karşıt terimi tecimsel yayıncılık olarak düşünülmelidir ki bu da gelir kaynakları ve parasal hedefler bakımından yapılan bir ayrımdır¹¹².

Kamu yayıncılığın gelirleri, bandrol gelirleri, bütçeden sağlanan ödenekler ve bazı sistemlerde bunlara ek olarak reklam gelirleriyle karşılanırken tecimsel yayıncılıkta reklam gelirleri yayın kuruluşunun gelir kaynaklarını oluşturur. Prof. Dr. Mutlu, bu ayrımda kamu yayıncılığı yerine tecimsel olmayan yayıncılık teriminin kullanılmasını daha doğru bulur. Çünkü ona göre bu ayrımda kastedilen, kar amacı gütmeyen ile kar amaçlı yayıncılık düzenleme ve uygulamaları arasındaki farklılıktır.

¹¹² Erol, MUTLU, “Televizyon ve Toplum”, TRT Yayınları, Ankara, 1999, s.23.

Esas kavram kargaşası ise kamu çıkarı ve kamu hizmeti terimleri sözkonusu olduğunda yaşanır. Kamu hizmeti kavramı yayıncılıkta kamu hizmeti yayıncılığı olarak kullanılır. Bu kavramı BBC tarafından geliştirilmiş olup Prof. Dr. Erol Mutlu adı geçen eserinde şöyle tanımlamaktadır. “Kamusal meşruiyetini hem mevcut siyasal iktidardan hem de tecimsel çıkarlardan bağımsız yayın politikası sürdürmekten alan, eğitimden bilgiye ve eğlenceye çok geniş türde en üst kalitede programların en geniş coğrafi dağılımı kapsayacak ve olası en geniş izler kitleye ulaşacak şekilde yayınlanmasıdır”. Bu anlayışa göre siyasal iktidar ulus devletin kurucusu olarak işlev görse de yayıncıların işlerinden uzak tutulmaktadır. Devletin buradaki rolü sadece yayıncılık alanını düzenleyen yasaları düzenlemekten ibarettir. Elbette bu yapının bir sonucu olarak yayın kuruluşunun da bir takım yükümlülükleri ortaya çıkar. Kamu hizmet yayıncısı önemli bir demokratik ve kültürel görevi yerine getirmek zorundadır. Görevi halka enformasyon, eğitim ve kaliteli eğlence sağlamaktır¹¹³. Bizim bu çalışmada kamu hizmeti yayıncılığı derken kastımız, kar amacı gütmeyen, rating kaygısı olmayan, toplumun ihtiyacı olduğu düşünülen her konuda yapılan yayın şeklidir. Bu kavram zaman zaman kamu yayıncılığı şeklinde de kullanılmıştır. Demokratik ülkelerde kamu yayıncılığı, kamu hizmeti yayıncılığı ilkelerini de esas aldığı için, kamu yayıncılığı derken aynı zamanda bu ilkelerin benimsenmişliğini de kastedeceğiz. Bu çalışmadaki temel ayrım yukarıda da belirttiğimiz gibi, kamu yayın kurumu derken tecimsel olmayan, gelirini devletten sağlayan yayın kurumunu yani bir örgütsel yapıyı anlatması, kamu yayıncılığı derken de bir yayın içeriği politikasını anlatması şeklindedir. Bu iki kavramı birbirine karıştırmamak gerekir.

¹¹³ a.k., s.24.

Kamu hizmeti yayıncılığıyla yanyana kullanılan bir diğerk kavram ise kamu çıkarıdır. Kamu çıkarı, düşünsel boyutta kullanıldığında ideolojik bir işlev yüklenmektedir. Fikirleri, inançları, düşünceleri, kamu çıkarı kavramıyla nitelendirmeye başladığımızda belli ideolojilerin meşruiyetini gündeme getirmiş oluruz. Yine aynı kavram, başka bir zaman ve mekanda bugün geçerli olan ideolojilerin tam tersi olanları meşrulaştırmakta kullanılabilir.



kurunca iki sistemin neyi ifade ettiği daha da anlaşılır.

“Amerikan geleneğinde, yani ticari sistemde, iletişim araçlarının kapsama alanı başlangıcından itibaren herhangi bir sınırlamaya konu olmamıştır.”¹¹⁴ Yayın kurumları ulusal düzeyde olduğu kadar yerel düzeyde de örgütlenebilmektedir. Bu sistem içerisinde yer alan iletişim düzenlemelerinde kitle iletişim araçları ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde örgütlenebilme olanaklarına sahip olmuştur.

Yerellik daha çok Avrupa ülkelerinde birtakım gerilimlere neden olmuş ve meşrulaşması için belli bir zaman sürecinin geçmesi gerekmiştir. Bilindiği gibi Avrupa’da, radyo yayıncılığında, 1960’ların sonları ile 70’lerin başlarında başlayıp 1980’lerin ortalarına kadar süren bir zaman içerisinde ciddi değişimler yaşandı. Bu değişim süreci içerisinde gerek örgütlenme biçimleri, gerek hedef kitleleri, gerekse

¹¹⁴ Nilüfer, TİMİSİ “Dünyada Yerel Medya Örnekleri ve Sistemleri”, **Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi Seminer Notları**, Ankara, 11-12 Ekim 1997, s.1.

söylemleri açısından ulusal yayın kuruluşlarına alternatif bir anlayışla yerel yayıncılık ortaya çıktı ve kendi varlığını ve gücünü de kısa zamanda kabul ettirerek gelişimini sürdürdü. Bu değişme, temel olarak Avrupa'nın kendi dinamiklerinden kaynaklanan ekonomik, toplumsal ve siyasal değişimlere bağlı olduğu kadar ekonomik ve kültürel üretimin uluslararası karşılıklı bağımlılığın giderek artmasından da kaynaklanmaktadır.¹¹⁵

2. Yerel Yayın Sistemleri

Yayıncılığın yerel düzeyde düzenlenmesi tartışmaları iki konuda yoğunlaşmıştır. Bu konulardan birincisi yerel olanın tanımlanması diğeri ise yerel yayın kurumlarının yapısal düzenlenmesidir.

Yerel kavramı üzerinde ortak bir tanım yapmak özellikle Avrupa ülkeleri için çok güçtür. Ülkeler kendi coğrafi ve kültürel yapılarına uygun tanımlar geliştirmişlerdir. Bazı ülkelerde coğrafi sınırlar yerel olarak tanımlanırken bazılarında belli ortak özellikleri olan insan toplulukları yerel kavramı kapsamında düşünülmektedir. Dr. Nilüfer Timisi'nin de belirttiği gibi Stavisky yerel radyo-televizyon istasyonlarının genel dayanaklarını dikkate alarak ikili bir sınıflandırmaya gitmiştir.

2.1.Coğrafi Yerellik

Radyo sinyallerinin eriştiği veya siyasi parametreler tanımlanmış olan bir coğrafi alanı ifade etmektedir. Tanımlanmış sınırlar içinde program üretimi ve

¹¹⁵ a.k., s.2.

dağıtımını bu coğrafi alanın özelliklerini dikkate almak durumundadır. Amerikan ticari geleneği içinde tanımlanan yerel yayıncılık “coğrafi yerellik” kapsamı içine girmektedir.¹¹⁶

2.2. Toplumsal Yerellik

Paylaşılan kültürel değerler, zevkler ve çıkarlar açısından gösteren grupları tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Bu grupların toplu ya da dağınık bir şekilde bulunmaları birşey farketmemektedir. Avustralya’da “Aboriginal Radyo” ortak bir kültür ve tarihi paylaşan ancak fiziksel sınırlar olarak bir arada olmayan yerli topluluklarına yayın yapmaktadır. Toplumsal yerellik coğrafi sınırlardan ziyade ortak değerleri yayın politikasının merkezine oturtmaktadır. Bu anlamda yayının izlendiği ve dinlendiği alan birbirinden oldukça uzak ya da sınırlı bir alan olabilir. Elektronik sinyallerin ulaştığı alanın coğrafi tanımlaması burada önem taşımaz. Ulusal, bölgesel ya da yerel olarak tanımlanmasından farklı birşeydir toplumsal yerellik. Burada, yayının yöneldiği hedef dinleyici kitlenin ortak özellikler ön plana çıkmaktadır.¹¹⁷

3. Yapısal Özelliklerine Göre Yerel Radyolar

Yapısal özelliklerine göre yerel radyoları üç grupta toplayabiliriz:

1. Ulusal Yerel Radyolar
2. Ticari (kar amaçlı) Yerel Radyolar
3. Topluluk radyoları

¹¹⁶ a.k., s.7.

¹¹⁷ a.k., s.20.

3.1.Ulusal Yerel Radyolar

Ülkede devlet eliyle kurulmuş kamusal hizmet kuruluşlarıdır. Ülke çapında yapılan genel yayınlardan ayrı olarak belli bir bölge insanına yönelik olarak kurulan radyolardır.¹¹⁸ Devlet eliyle kurulmuştur. Geliri devlet tarafından ruhsat ücretleriyle karşılanır. Bunlar ulusal yayın kuruluşuna bağlı olarak çalışırlar. Genel olarak ulusal yayını yayınlarlar. Günün belirli saatlerinde ulusal yayından ayrılır ve o yöre insanına yönelik yayın yaparlar. TRT'nin il radyoları bu grup içerisinde değerlendirilebilir.

3.2. Ticari (Kar Amaçlı) Yerel Radyolar

Özel girişim tarafından yasal ya da korsan olarak kurulmuş kuruluşlardır. Reklam gelirleriyle ayakta duran bu radyoların temel amacı kar etmektir.

3.3. Topluluk Radyoları

Bağışlar, hükümet yardımları ve yerel vergilerden gelirlerini sağlayan, belirli bir coğrafi bölgeye ya da ortak düşünce ve değerlere sahip toplu ya da dağınık gruplara seslenen radyolardır. Topluluk radyoları genellikle birden çok radyo ile aynı frekansı paylaşan ruhsat sahibi anlamını da taşır. Düzenli geliri olmayan bu radyoların genelde düzenli bir yayın akışları da yoktur. Profesyonel kadroları bulunmamaktadır. Topluluğun gönüllü katılımlarıyla varlığını sürdürebilmektedirler. Bazı ülkelerde topluluk radyoları yerel kamu tekelleri tarafından işletilmektedirler ve kamusal parasal destek genellikle olağandır.¹¹⁹

¹¹⁸ a.k., s.10.

¹¹⁹ a.k., s.8.

Ticarileşme topluluk radyosunun ruhuna aykırıdır. Avrupa'da yerel radyoların ortaya çıkışı kamu tekellerine bir tepki olarak gerçekleşmişse de, Amerika'da topluluk radyoları ticari radyoların çıkarlarına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Yerel topluluk yayınlarının en önemli özelliği rekabet ettiği ticari yayıncılardan çok farklı bir yayın türü üretmesidir. Topluluk radyoları yayınlarında ticari radyolara çekici gelmeyen yerel azınlık isteklerine ve ihtiyaçlarına seslenebilmektedirler. Bu radyolar bir anlamda kamu hizmeti yayıncılığı yapmaktadırlar. Kendilerini demokratik bir örgüt olarak tanımlama iddiasındaki bu radyolar ile kamu hizmeti kavramı arasında yakın bir ilişki mevcuttur. Ticari kaygılardan uzak yapılan yayınlar aynı zamanda da resmi ve kalıplaşmış yaklaşımlara da bir başkaldırıdır.

4. Yerelleşmenin Kaynakları

4.1. Sosyal ve Kültürel Öğeler

1960'ların sonlarından itibaren Avrupa, toplumsal dinamiklerin ivmesiyle siyasal tercihini benzerlikten farklılıkları tanımaya, merkezileşmeden yerinden yönetime, kamu tekellerinden özel girişime doğru değiştirmeye başlamıştır. Ulus devletler içinde kültürel, toplumsal ve özellikle etnik farklılıklar, benzerlik politikasından ziyade farklılıkların tanınması politikasına doğru bir geçişi zorlamıştır. Bunda, savaş sonrası dönemde Avrupa ülkelerine işgücü olarak dağılan farklı etnik azınlık grupların kendi kimliklerini yaşatma mücadelesi kadar aynı ülke vatandaşlarının siyasal, toplumsal ve kültürel varoluşlarını dengeli olarak iletişim

araçlarında seslerini duyuramadıkları eleştirisi de oldukça etkin olmuştur¹²⁰. Çünkü ulusal radyolar ne kadar iyi niyetli olurlarsa olsunlar yetersiz kalabilmektedirler. Bu niyetten önce tamamiyle teknik bir problemdir. Çünkü ulusal radyolar ülke geneli içerisindeki bütün vatandaşlara belli çizgiler içerisinde hazırlanmış programları sunarlar. Farklı kültürlerle yönelik programlar bu yayın kuruluşlarında yer alsa bile çok küçük bir zaman dilimini doldurmaktadır. Çünkü “Genel”¹²¹ olarak adlandırılan ve hiçbir özellik arzetmeyen hedef kitle tanımlaması işte bu ulusal radyolara aittir. Hedef kitlesi genel olan bu ulusal radyolar program hedef kitlelerini değiştirdiklerinde son derece teknik bir gruplandırmayla karşılaşırız. Hedef kitlesi kadın olan, işçi olan, köylü olan cinsiyete ve mesleğe dayalı ya da genç, çocuk gibi yaşla sınırlandırılan hedef kitleler karşımıza çıkar. Bunların özelliklerine baktığımızda teknik bir sınırlandırmanın dışında bunların da aslında gizli “Genel Hedef Kitle” olduklarını görürüz. İşte bu durum kendini azınlık olarak adlandıran bölge halkı ile Avrupa’ya işgücü olarak akın etmiş ve burada farklı bir azınlık oluşturmuş halklar arasında rahatsızlık yaratmıştır. Çünkü bu insanlar kendi kültürlerinin yaşatılması ve yozlaştırılmaması konusunda çok hassas davranmaktalar. Ayrıca kendi sorunlarının daha çok tartışılmasını ve kendi folklorik öğelerine daha çok yer verilmesini talep etmektedirler.

¹²⁰ a.k., s.2.

¹²¹ Prof.Dr. Aysel Aziz’in “Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler” kitabında belirttiği gibi böyle bir hedef kitlenin adı vardır ama kendisi yoktur. Genellikle ulusal yayın yapan kamu yayın kuruluşlarında böyle bir hedef kitlenin varlığından sözedilir. Bu kitlenin yapısal herhangi bir özelliği yoktur. O ülke sınırları içerisinde oturuyor olmaları ve yayın yapan radyonun dilini biliyor olmaları tek ortak özellikleridir. Tekel dönemi yayıncılığında bir hedef kitle kategorisi olarak ele alınmıştır. Ancak bugünkü çağdaş yayıncılık anlayışında böyle bir hedef kitleden söz etmek çok özel durumlar dışında pek mümkün değildir.

Sistemin bu sorulara yanıt üretememesi üzerine bu bölge halkları kendi istasyonlarını kurmaya başladılar. Böylece merkezi otoriteye karşı sesini duyurmak, politik sistemden daha çok fayda sağlamak, kendi kültürel ve sosyal değerlerini korurken siyasal iktidarın başta oy hesaplarına güçlü şekilde dahil olmak isteği ile basit ve ucuz FM vericileri ile yayınlara başladılar. Bu girişimlerin çoğu yasal anlamda tekel sistemini delmiş ve daha çok korsan radyo statüsünde devam etmiştir.¹²²

4.2. Siyasal Öğeler

Siyasi iktidarın kamusal alanda radyo ve televizyon işleyişini düzenlemesi ve bundan kendi siyaseti için en üst düzeyde faydalanması, özellikle muhalefet partilerini rahatsız etti. Öncelikle kamu radyo ve televizyonundan yeterince yararlanamadıklarını düşünen bu partiler kendi radyolarını kurmaya başladılar. Böylelikle seçmenleriyle rahatlıkla ilişki kurabilecekleri olanakları yakalamış oluyorlardı.¹²³

Avrupa'da özellikle yerel anlamda yayın yapabilecek vericiler son derece ucuz ve tesisi kolay olduğu için, siyasi partiler yerel radyolarla kent halkına seslerini duyurarak diyalog kurmaya başladılar. Sadece tek bir kente yayın yapmak hem maliyet olarak ucuz oluyor hem de insanları yakalamak onların ilgisini çekmek daha kolay oluyordu. Genel sınıf ve vatandaşlık sorunlarına ek olarak insanların sokağındaki sorunlarına da eğilebilmenin, hemşehrilik meselelerine değinebilmenin

¹²² Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.72-73.

¹²³ a.k., s.71-72.

avantajlarını da kullanıyorlardı. “Yayıncılıktaki ‘genel’ ve ‘gizli genel’ hedef kitleler anlayışları değişiyor, hedef kitleler de böylece küçülüyor daha özelleşiyordu.”¹²⁴

Bu yola ilk başvuran partiler aşırı sol ya da marjinal partiler oldu. Böylece hem sisteme eleştirilerini bu anlamda somutlaştırabildiler hem de tek merkezîyetçi baskıcı yaklaşımı kırmış oldular.¹²⁵

4.3. Ekonomik Öğeler

1950 ile 1960 yılları arasında dünya ekonomisinde başlayan hızlı gelişme temel olarak otomotiv, tekstil gibi geleneksel sanayi dallarına dayanmaktaydı. 1970’lerden itibaren geleneksel sanayi dallarında yaşanan kriz sanayicileri yeni gelişen sanayi dallarına, elektronik ve telekomünikasyon endüstrisine yöneltmişti. Bu sektörde tüketici talebinin artması karlılığı da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle radyo ve televizyon sektörü ekonominin hızlı gelişen bir dalı olarak yalnızca siyasi değil aynı zamanda ekonomik açıdan da önem taşımaktaydı.¹²⁶

“Denis Mc Quail ticarileşmenin ruhunun, kar için bir pazar yapısı içinde enformasyon ve kültürün üretimi ve arzı olduğunu söylerken, Peter M. Leavis, serbest pazar modelinin reklamlardan parasal kaynak sağlayan ve son amacı kar olan radyoların reklam sektörü ile ilişkisi nedeni ile bağımsız olarak kurulmak zorunda olduğunu, bunun bir piyasa kuralı şeklinde ele alınması gerektiğini vurgular.”¹²⁷ Mc Quail, bunu destekleyerek, iletişim kanallarında nelerin verileceğini kendilerini

¹²⁴ a.k., s.71.

¹²⁵ a.k., s.72.

¹²⁶ Nilüfer, TİMİSİ, a.g.e., s.4.

¹²⁷ Sezer, AKARCA, a.g.e., s.73-74.

koruyucu tayin edenlerin siyasal ya da ahlaki yargıları değil, pazar güçlerinin belirleyeceğini ifade eder.¹²⁸

Radyo ve televizyonun bir kar aracı görülmesinin yanında çok uluslu şirketlerin yatırımlarının niteliğinin değişmesi de önemli bir ekonomik etken olmuştur. 1960'lardan sonra Avrupa, Kanada, Avustralya gibi gelişmesini tamamlamış ülkelere yatırım yapan çok uluslu şirketler buralarda mamul madde ve servis üretimine yönelmiştir. Yatırımların niteliğinin değişmesi doğal olarak uluslararası iletişim araçlarını ve içeriklerini doğrudan etkilemiştir. Bu da reklamcılık ve tanıtımın gelişmesini ve yeni bir sektör olarak genişlemesi sonucunu doğurmuştur.¹²⁹ Ancak Avrupa'nın devlet kontrolüne dayalı iletişim düzeni reklamcılığın yeni potansiyeline karşılık verecek koşulları ortaya koyamamaktaydı. Oysa ürünlerin, hizmetlerin belli bölgelerde sürümünü, satışını ve kullanışlarını artırmak için reklamcılar yerel radyolar başta olmak üzere ticari radyo ve televizyonlardan yararlanmak isterler. Kamu radyo ve televizyonlarındaki reklam esasları, denetim mekanizması tüketim anlayışının, reklam sektörü tarafından yaratıcılıkların kısıtlanması denetlenmesi olarak ele alınmıştır.¹³⁰ Oysa reklam kitle iletişim araçları aracılığıyla kamu zihnine girebilmenin en etkili yoludur. Bu da kitle iletişim araçlarına bir bütün olarak girilmesini herhangi bir sansüre uğranmaması gerekliliğini doğurur. Dergi ve gazeteler, radyo ve televizyonlar yoluyla reklamcıların mesajları sürekli yayılmak istemektedir. Ancak varolan yasal düzen buna pek olanak sağlamamaktaydı ve bunun bir an önce değişmesi, iletişim araçlarının

¹²⁸ a.k., s.73-74.

¹²⁹ Nilüfer, TİMİSİ, a.g.e., s.4.

¹³⁰ Sezer, AKARCA, a.g.e., s.74.

ekonominin gerektirdiği dolaşımı sağlayacak bir düzenlemeye kavuşması gerekliydi. Uluslararası şirketlerin bu baskısı yanında Avrupa üretim merkezlerinin tek bir merkezden çoklu merkezlere kayması da yerel yayıncılığı teşvik eden etkenlerden birisidir. Yerel üretim merkezlerinin artan gelişmesi ve yerel pazarın reklam ve tanıtım sektöründe kendine düşen payı almaya çalışması da devlet tekeline dayalı bir iletişim düzeninin değiştirilmesinin itici gücünü oluşturmuştur. Yerel üretim merkezlerinin kendi ürünlerini yerel pazarda duyurma ihtiyaçları Avrupa iletişim sisteminin merkezden yerele doğru dönüşümünde önemli bir itici güç olmuştur.¹³¹

4.4. Teknolojik Öğeler

İkinci dünya savaşından sonra radyo alanında meydana gelen gelişmeler frekans dağılım düzeninde yeni bir devrin de başlangıcı oluyordu. 1929 yılında askeri yayınlar ile kullanılmaya başlanan frekans modülasyonunun (FM)¹³² ses kalitesi, parazitlerden etkilenmemesi ve güvenilirliği ikinci dünya savaşından sonraki yıllarda amplitude modulation (AM) bandından yapılan radyo yayıncılığının saltanatına son veriyordu. AM yayınları yer dalgaları¹³³ ve atmosfer atlamalarıyla

¹³¹ Nilüfer, TİMİSİ, a.g.e., s.4.

¹³² Gerek AM gerekse FM radyo yayınlarının yer aldığı dalga boylarıdır. Radyo dalgalarındaki frekansların sıklığı o bandın, dalganın AM ya da FM olmasını belirler. AM sesi aktarırken taşıyıcı dalganın yoğunluğunu, gücünü yükseltip alçaltabilir. FM dalgada ise dalganın yoğunluğu aynı kalır, ancak, frekansı, dalganın uzunluğu değişir. FM istasyon AM'in yayımladığı işaretlerden daha çok frekans ve daha kısa dalga boyu yayımlar. FM istasyonlar işaretlerini ancak gözle görülebilen doğru (direkt) çizgi ile yayımlarlar ya da antenin gördüğü 80 millik bir yatay uzaklıkta gönderirler. Bunun için de FM istasyonlarının anten kuleleri olarak ölçüsünde yüksek yapılır. Dağlar, yüksek binalar hatta ağaçlar bile FM yayını engelleyebilir. Bunun için FM istasyonlarının anten biçimleri yayının sahası ve sesin nitelikli olması yönünden önemlidir. FM yayınları gündüz ve gece yayından etkilenmezler, çünkü doğru (direkt) dalga ile yayını yapmaktadırlar. FM bandında çok daha nitelikli sesler için çok yüksek frekanslı (VHF) elektromanyetik boşluk ayrılmaktadır.

¹³³ Yer dalgası elektromanyetik dalgaların yeryüzünü ve engebeleri izleyerek yayılmasıyla meydana gelen dalgalardır. Atmosfer atlamaları ise elektromanyetik dalgaların atmosferin üst tabakalarından yansarak tekrar yeryüzüne düşmesidir. Bu yansıma iyonosferden olur ve gökdalgası olarak da adlandırılır. Atmosfer atlamaları tesadüfidir. Hava şartlarına, havadaki elektrik yüküne göre ses dalgasının dünya yüzeyine düştüğü yer değişir.

çok uzak mesafelere ulaşabilmesine rağmen kalitesini yükseltebilmek için güçlü vericilere başvurmak zorunda kalıyordu. Bu da maliyetin artması demekti. FM bandından yapılan yayınlar ise AM'e göre çok daha dar bir alana yayılabiliyor ama hem maliyetinin düşüklüğü hem de ses kalitesiyle tercih nedeni oluyordu. Bu arada ikinci bir teknolojik gelişme daha yaşandı: Transistörlü radyo bulundu. Böylece alıcılar hafiflerken enerji özerkliği sayesinde radyo kişisel bir dinleme aracı haline gelmiştir. 70'lerden sonra FM yayınlarının hızla artması bu iki nedene bağlanmaktadır. Bunların ilki dinleyicilerin kolayca alabilecekleri radyo alıcılarının çoğalması diğeri ise ucuz, güvenilir, hafif ve çok kolay monte edilebilen, işletme masrafı düşük verici istasyonlarının kurulabilmesidir.¹³⁴

Yayıncılıkta meydana gelen teknolojik yenilikler, ulusal yayın kurumlarının varlıklarının mahiyetini gözden geçirmesini sağlayan zorlayıcı bir etken olmuştur. Kablolu yayınlar, uydu yayınları, internet iletişim sürecinin nitel ve nicel doğasını değiştirmiştir.¹³⁵ Yayınlar ülke sınırlarını aşmış ve programlar çeşitlenmiştir. Bu durum karşısında yayıncılıkta devlet tekeli korumak giderek zorlaşmıştır. Ulusal tekellerin bu teknolojik gelişmelerin getirdiği seçme özgürlüğüyle rekabet edebilmesi mümkün olmamıştır.

5. Dünyada Yerel Yayınlar

Yerel radyo ve televizyonlar, yerelliklerin kendi kendilerini temsil, birbirlerinin sesine kulak vererek, ilişkiye ve müzakereye geçme, nihayet

¹³⁴ Sezer, AKARCAI, a.g.e., s.75.

¹³⁵ Nilüfer, TİMİSİ, a.g.e., s.3.

küresel/evrensele sözlerini ulaştırma araçları olarak önemlidir.¹³⁶ İç içe geçmiş siyasal ve ekonomik çıkarlar nedeniyle ulusal yayın kuruluşları kendisine yüklenen görevleri yerine getirmekle yükümlüdür. Ulusal radyo ve televizyonlar bu görevi yerine getirirken de, ülkeden ülkeye gösterdiği kimi farklılıklara rağmen, genel olarak yerellikleri dışlamak eğilimindedir. Yayın politikalarında ulusal bir kimlik yaratmayı ön planda tutar. Böylelikle ulus-devletin siyasal otoritesini kurmasına ve devam ettirmesine yardımcı olmuş olur.

Ulusal radyo ve televizyon kuruluşlarının bu özelliği, özellikle etnik topluluklarla radikal kesimlerin tepkisine neden olmuştur. 1960'lı yılların sonu ile 70'li yılların başında Avrupa'da, Latin Amerika ülkelerinde, Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya ve Kanada gibi çok sayıda göçmen nüfus ile yerli halklardan oluşan etnik kökenlerin çeşitlilik gösterdiği ülkelerde çeşitli din/mezhep gruplarının, etnik/yerli toplulukların, çeşitli siyasi görüş sempaticanlarının/militanlarının, savaş karşıtlarının, çevrecilerin radikal kitle iletişim araçları, paralel veya yeraltı basın, topluluk radyoları, özgür radyolar gibi çok çeşitli adlarla seslerini duyurmaya başladıklarını, yerel/alternatif yayın kuruluşlarının örneklerini verdiklerini görürüz. Gerçi bu yayınların başlangıcı 1958 yılına uzanır ama 70'li yıllar korsan yayın olarak adlandıracağımız bu yayınların altın yılları olmuştur. 1980 yılından sonra birçoğu ekonomik nedenlerle varlıklarını sürdürememiş, ancak ortaya çıktıkları ülkelerdeki kamusal ve ticari nitelikli yayın anlayışı üzerinde önemli izler bırakmışlardır.

¹³⁶ Sevda, ALANKUŞ, *Global Yerel Eksende Türkiye*, "Yerellikler, Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya", Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.320.

5.1. Korsan Radyolar

Korsan Radyolar uluslararası anlaşmalarda imzası olmayan, kendilerine frekans tahsis edilmemiş, ancak bütçeleri, sürekli personeli ve düzenli bir yayın anlayışı olan istasyonlardır.¹³⁷

Korsan radyoların ilki 1958’de İsveç ile Danimarka arasında Sund bölgesi olarak adlandırılan sularda bir tekne üzerinde Kopenhag’a yönelik olarak başlamıştır. Daha sonraları 1961’de Great Belt sularında yine Danimarka’ya yönelik “Radio Mencur” 1962’de Stockholm yakınlarında İsveç’e yönelik yayın yapan “Radio Nord” ile yine aynı yıl Sund Bölgesi dolayında “Danimarks Commercial Radio” adlı radyo istasyonları korsan radyo yayınlarına başlamışlardır.¹³⁸ Daha çok Danimarka ve İsveç’e yönelik bu yayınlara 1960 lı yılların ikinci yarısından sonra Hollanda, Belçika, İngiltere, Fransa ve İtalya’ya yönelik korsan radyo yayınları eklenmiştir. Bu korsan radyolardan en ünlüsü 1964 yılından 1980 yılında gemisi batıncaya kadar yayın yapan Radio Caroline’dır.¹³⁹

İngiltere’ye yönelik yayına başlayan North Caroline ve South Caroline adlı bu korsan istasyonun İngiltere’deki dinleyici kitlesi 9 milyona ulaşmıştır. Fransa’da ise sol muhalefetin girişiyle 70’lerin başında korsan radyolarda bir patlama yaşanmıştır. 1980 yılında cumhurbaşkanlığı seçimlerinden hemen önce sosyalist partinin kurduğu korsan radyonun yayınları polis tarafından durdurulmuş ve François Mitterand mahkum olmuştur. Sosyalist adayın bu girişimi seçimleri kazanmasının

¹³⁷ Nilüfer, TİMİŞİ, “Avrupa’da Radyo Yayıncılığında Yerelleşme ve Türkiye”, B.Y.Y.O.Yıllık 1989-1990, A.Ü. B.Y.Y.O., Ankara, 1991, s.324.

¹³⁸ Aysel, AZİZ, a.g.e., s.85.

¹³⁹ Sezer, AKARCAI, Propaganda Aracı Olarak Uluslararası Yayınlar, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1989, s.130.

ardından kendiliğinden yeni radyoların doğuşuna neden oldu. 1981-1986 yılına damgasını vuran Fransa'daki yasal düzenleme büyük ölçüde bu "Özgür Radyo" düşüncesinin etkisinde gerçekleşmiştir.¹⁴⁰

ABD'de de bu tür korsan yayınlara rastlanmaktadır. Pasifik okyanusunda yabancı bayraklı teknelerden yayın yapılmaktadır. Ancak gemilerden yapılan bu yayınlar ABD'de Avrupa'da olduğu gibi çok ciddi sorunlar doğurmamıştır. Genel olarak bu istasyonların durumu ele alındığında o ülkenin ulusal nitelikte, izinli, kayıtlı istasyonlarına ilgiyi azaltması söz konusudur. Bu ise tecimsel istasyonların reklam gelirini azaltmakta bu da devlete verilen vergide azalma meydana getirmektedir.¹⁴¹

Korsan radyoları yayın amaçlarını gözönüne alarak ikiye ayırabiliriz:

5.1.1. Politik amaçlı korsan radyolar (Clandestine) :

Gizli yayın anlamına gelen "Clandestine Broadcasting" diye adlandırılan bu radyolar siyasi propaganda yapmak amacıyla yayın yaparlar. Ülke içinden ve ülke dışından politik gruplar tarafından yapılan bu yayınların vericileri genellikle ülke dışındadır ve yerleri belli değildir. Zaman zaman frekanslarını değiştirdikleri gibi yayın sürerken de frekanslarını değiştirdikleri görülmüştür.¹⁴² Gizli radyoların faaliyetleri özellikle yayıncılığı düzenleyen kurallara değil genelde siyasal sisteme karşı olmuştur. Bu tür radyolar genellikle kendileri de yasa dışı ilan edilen siyasal hareketlerin propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

¹⁴⁰ Selami, ŞAKİROĞLU, "Fransa'da Yerel Medya Yayıncılığı" **Ulusal Konferans; Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm İçin Biraraya Gelme Olanakları**, Ankara, 3-4 Mayıs 1997, s.3.

¹⁴¹ Aysel, AZİZ, **a.g.e.**, s.86.

¹⁴² Nilüfer, TİMİSİ, **a.g.e.**, s.325.

5.1.2.Politik Amaçlı Olmayan Korsan Radyolar (Pop-Pirate) :

Ticari bir amaçla ülke sınırları ve yasaları dışında yayın yapan radyo istasyonlarıdır. Genellikle müzik yayınlarıyla ulusal radyoların dinleyicilerini çekmeye çalışan bu istasyonlar isimlerini kısmen uluslararası sularda yayın yapmalarından, kısmen de öteki amaçlar için ayrılmış bulunan frekansları çalmaları nedeniyle almışlardır.

Yasadışı olmaları ve sonuçta kapatılmalarına rağmen, korsanların başarısı devlet tekelinin gözardı edemeyeceği bir durumdur.¹⁴³ Korsanlar herşeyden önce genç dinleyicilerin devlet kaynaklarının sunduğu programlara ne kadar yabancılaşmış olduklarını ortaya çıkarmıştır. Bunun sonucunda korsanlıktan etkilenen ülkelerin çoğunda ulusal radyolar müzik kanalı ya da değişik program formatı içeren radyo kanalları oluşturma biçiminde genişlemişlerdir. BBC'nin radyo1, Danimarka ve İsveç Radyoları'nın üçüncü kanalı ya da TRT FM gibi örneklerde olduğu gibi.

6. Dünyada Yerel Radyo Örnekleri

6.1. Avustralya

Avustralya'da yerel yayıncılık etnik kökenlerin yaptıkları yayınlar temelli olarak oluşmuştur. Bugün Avustralya'nın şehir, kasaba ve uzak yerleşim yerlerine yayın yapan 100'ün üzerinde yerel etnik radyo mevcuttur. Bu radyolar yerel kamusal radyo istasyonları olarak adlandırılırlar ve belirli bir topluluğa ait olan istasyonları ifade ederler. Devletten bağımsız olan ve ticari olmayan bu istasyonların amacı kar

¹⁴³ Aysel, AZİZ, a.g.e., s.86.

gibi metropolitan bölgelerde yoğunluk göstermekte ve 59 ayrı dilde yayın yapmaktadırlar. Bu radyoların temel gelir kaynakları hükümet yardımlarıdır. Bu yayınların içeriklerinin belirlenmesinde hükümetin belirli yetkileri vardır.

Bağımsız Kamusal Etnik İstasyonlar:

Bu radyolar Kamusal Yayın Vakfı PBF tarafından yapılan yardımlarla ayakta durmaktadırlar. Yayınlarda çalışanlar genelde gönüllü kişilerdir. Yayın lisanslarını Avustralya Yayıncılık Kurulu tarafından alırlar.

Diğer Kamusal Radyolar İçinde Yayın Yapan Etnik Radyolar:

Bunlar etnik kamusal radyoların frekanslarını zaman paylaşım olarak kullanırlar. Ne zaman kaç saat yayın yapacakları belirsizdir. Topluluk bağışları, ve

¹⁴⁴Nilüfer, TİMİSİ, “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri” İLEF Yıllık 1997-98, Ankara, s.26.

yardımlarla ayakta dururlar. Gönüllü kişilerden oluşan yayıncı kadroları mevcuttur. Profesyonel eleman istihdam etmezler. Sadece teknik konularda yardım gerektiğinde profesyonel destek alırlar.

6.2. Norveç

Norveç'te 1981 yılında çıkarılan bir yasayla yayıncılık tekeli kaldırılmıştır. Özel radyolarla birlikte yerel radyoların kurulmasına izin veren bu yasanın ardından Yerel Yayıncılık Yasası çıkarılarak yerel radyoların düzenlemesi yapılmıştır. Bu yasayla radyoların reklam almasına izin verilmiş, ancak reklam gelirlerine bir vergi konularak bu vergilerden toplanan para ile mali durumu kötü olan radyoların desteklenmesi amaçlanmıştır. Geliri iyi olan radyolar başta olmak üzere çeşitli kesimlerden gelen protestolara rağmen bu politika bugün de devam etmektedir.

Yasa, yerel radyoların sadece bir komüne yayın yapmasına izin vermiştir. Norveç 450 komünden oluşmaktadır. En küçük komünün nüfusu ise 1000 kişiden fazladır. Radyo ve televizyon yasasında yapılan son düzenleme ile Norveç, azınlıklara kendi dillerinde yayın yapma izni tanımıştır. Ancak bugün gerek Norveç Topluluk Radyoları Birliği gerekse Topluluk Radyoları Komitesi kaç radyonun etnik azınlık dilinde yayın yaptığı konusunda bir bilgiye sahip değildir.¹⁴⁵ Bugün Norveç'te Çince, İngilizce, Kürtçe, Norveççe, İspanyolca, Türkçe, Tamil, Urdu, Vietnam ve Sami dillerinde yayın yapan radyolar mevcuttur.

6.3. Hollanda

Hollanda'daki kitle iletişim sistemi için diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi bir sınıflandırma yapmak pek mümkün değildir. Hollanda'daki kitle iletişim sistemi

¹⁴⁵ a.k., s.20.

oldukça karmaşık bir sistemdir. Hollanda'nın 10 farklı toplumsal gruba dayalı olarak ayrılmış olması iletişim sistemini de yakından etkilemiştir.¹⁴⁶ Bugün Hollanda'da iki Protestan, bir Katolik, bir sosyal demokrat iletişim şebekesi bulunmaktadır. Bu şebekelerin yayın kurallarını ise Hollanda Kültür ve Sağlık Bakanlığı'na bağlı olarak kurulmuş olan medya kurulu belirlemektedir. Hollanda Ulusal Yayıncılık Sistemi kısa adıyla NOS olarak adlandırılan bu kurul, çeşitli yayın kurumları arasındaki yayın zamanlarını düzenleyen bir koordinasyon kurulu işlevi görmektedir. NOS, bir yandan ulusal yayın yapan televizyon kurumları arasında bir düzenleyici rolü görürken bir yandan da kendisi eğitim, kültür, haber ve spor programları hazırlamaktadır. NOS bu etkinliklerinin yanında okullar, siyasi partiler, dinsel örgütler, insan hakları örgütleri, çevreci kuruluşlar gibi 20 kadar kuruluşa da kendi kanalı üzerinden yayın saati sağlamaktadır.¹⁴⁷

Hollanda'da yerel düzeyde 228 radyo istasyonu yayın yapmaktadır. Bu istasyonlar 1991 yılına kadar üye yardımları ve yerel yönetimlerin destekleriyle ayakta dururken, bu yıldan sonra çıkarılan bir yasa ile reklam almalarına izin verilmiştir. Hollanda'da yayın yapan yerel radyo istasyonları iki kategoride toplanmaktadır.

a- Ticari amaçla kurulan istasyonlar

b- Kamusal amaçla kurulan istasyonlar

Ticari amaçla kurulan istasyonlar genelde müzik yayını yapan, kar amacıyla kurulmuş, gelirini reklamlardan sağlayan istasyonlardır.

¹⁴⁶ a.k., s.15.

¹⁴⁷ a.k., s.16.

Kamusal amaçla kurulmuş istasyonlar ise siyasal, kültürel ya da toplumsal bir amaç için bir araya gelmiş gruplar tarafından kurulan istasyonlardır. Bunların gelirleri üye yardımlarından ve yerel yönetimlerin desteklerinden sağlanır. Bu istasyonlar reklam alma konusunda isteksizdirler. Gelir amaçlı olmadığından reklamın bağlayıcılık ve müdahaleciliği getireceğini savunarak reklam almama konusunda meyllidirler. Genellikle gönüllü katılımlarla yayınlarını sürdürürler.

7. Türkiye’de Yerel Radyo Yayınları

1970’lerden sonra Avrupa’da görülen özelleşme dalgası 1980’lerin ortasından itibaren Türkiye’yi de etkilemiştir. 1985 yılı Haziran ayında özel radyo ve televizyon kurmak için T.R.T.’ye 106 başvuru yapılmıştır¹⁴⁸. Bu tarihte çeşitli gazeteler, yayıncılar ve video şirketleri özel radyo televizyon yayınları yapmak için girişimlerde bulunmuşlardır. Hürriyet Gazetesi, Türkiye Gazetesi, Sabah Gazetesi, Karacan Yayınları başvuran kuruluşlardan sadece birkaçıdır. Bu dönemde belediyeler ve üniversiteler de yayın girişimlerine başlamışlar, 1989 seçimlerinin arkasından Ankara Büyükşehir Belediyesi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Bakırköy Belediyesi, Erzincan Belediyesi, Bodrum Belediyesi ve İzmir Büyükşehir Belediyesi radyo yayınlarına başlamışlardır. Bu dönemde Sağlık Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Kültür Bakanlığı ve Ulaştırma Bakanlığı da radyo yayını yapmak isteklerini belirtmişlerdir¹⁴⁹.

¹⁴⁸ Özden, ÇANKAYA, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, Beta , İstanbul, 1997, s.76.

¹⁴⁹ Bu dönemde Milli Eğitim Bakanlığı T.R.T. ile ortak yayınlarını sürdürürken, Ulaştırma Bakanlığı da İskenderun ve Hopa arasındaki sahil şeridi üzerine yayılmış 37 yerleşim yerindeki vericileriyle çok kısa dalga üzerinden denizde can güvenliği başta olmak üzere deniz taşıtlarının karşılıklı haberleşmesi ve meteoroloji bilgilerinin verilmesi işlevlerini gerçekleştirmektedir.

7.1. Tekel Döneminde Yayın Yapan Radyolar

1980'lerin sonu ile 90'ların başında oluşan bu yasadışı ve fiili durum T.R.T. tekeli fiilen ortadan kaldırmıştı ama zaten bundan önceki yıllarda da Türkiye'de T.R.T. dışında yayın yapan radyolar mevcuttu. Yayın tekeli olmasına rağmen bu radyolar özel izinle yayın yapabiliyorlardı. Toprak Mahsulleri Ofisi, Silahlı Kuvvetler, Polis Teşkilatı ve Meteorolojiye ait radyolar, müzik ve söz programlarından oluşan yayınlar yapıyorlardı. Bazı liselerde de kapalı devre radyo yayınları yapılmıştır. 1968 yılında T.R.T. dışında yayın yapan radyoların sayısının 38'i bulunduğu Yüksek Denetleme Kurulu tarafından belirtilmiştir¹⁵⁰. Bunların dışında ülkemizdeki Samsun, Diyarbakır, Çukurova, İzmir, Sinop ve Karamürsel'de bulunan Amerikan üslerinden de radyo yayınları yapıldığını ayrıca belirtmek gerekir.

7.1.1. Okul Radyoları :

Bazıları kapalı devre bazıları ise çok küçük vericilerle yayın yapan bu radyolar, öğrenim süresinde öğrencilere haber ve eğitsel yayınlar yapıyorlardı¹⁵¹.

7.1.2. Polis Radyoları :

1954 yılından beri Ankara, İstanbul ve İzmir'de yayın yapan bu radyoların kuruluş amacı, polis hizmetlerinin halka götürülmesinde radyo yayınlarından yararlanmaktır. Halen yayında olan bu radyolar Türk sanat ve halk müziği ile Türk hafif müziği parçaları çalmakta bu müziklerin arasında ise polis görev ve yetkileri ile ilgili programlar, anonslar ve duyurular yer almaktadır.

¹⁵⁰ Nilüfer, TİMİSİ, Nilüfer, TİMİSİ, "Avrupa'da Radyo Yayıncılığında Yerelleşme ve Türkiye", B.Y.Y.O.Yıllık 1989-1990, A.Ü. B.Y.Y.O., Ankara, 1991, s.328.

¹⁵¹ Aysel, AZİZ, a.g.e., s.182.

7.1.3. Meteoroloji Radyosu :

Türkiye'deki hava durumu ile ilgili hizmetlerini topluma ulaştırma amacı ile Meteoroloji Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak kurulan bu radyo istasyonu, yayınlarında popüler müziğe ağırlık vermektedir. Ankara'da bulunan istasyonun yayınları Ankara ve çevresinde dinlenebilmektedir.¹⁵²

7.1.4. T.R.T. Radyoları :

a) *T.R.T Bölge Radyoları* : Bölge radyoları, Türkiye'nin çeşitli sosyo-ekonomik düzeydeki bölgelerine o bölge insanının gereksinmelerine ve niteliklerine uygun olarak yayın yapmak amacıyla kurulmuşlardır.

Bugün Ankara, İstanbul, İzmir, Gap-Diyarbakır, Erzurum, Trabzon, Antalya ve Çukurova olmak üzere 8 bölge radyosu bulunmaktadır. Bu radyolardan Antalya, Erzurum, Gap-Diyarbakır ve Trabzon radyoları günde 20 saat bölgesel yayın yapmaktadırlar. Bu radyolar belirli zamanlarda Radyo1 yayınına bağlanmaktadır.

Bölgesel yayınlarda eğitim, kültür, drama, müzik, eğlence ve spor programlarıyla haberler yer almaktadır. Bu radyolardaki reklamlar bölgesel nitelikli olmaktadır.

Bölge radyolarında eğitim yayınları %24 ile en çok Gap-Diyarbakır Radyosu'nda, en az %5 ile Ankara ve İstanbul Bölge Radyolarında yer almaktadır. Bu program ağırlığını kültür programlarında da görmek mümkün olmaktadır. Kültür programlarının Gap-Diyarbakır Bölge Radyosu'ndaki oranı %16 iken, bu oran Ankara Bölge Radyosu'nda %5, İstanbul Bölge Radyosu'nda ise %8'dir. Müzik

¹⁵² a.k., s.184.

Programlarında ise tersine bir durum söz konusudur. Ankara Bölge Radyosu'nda müzik ağırlığı %83 iken bu oran, Gap-Diyarbakır Bölge Radyosu'nda %42 dir.¹⁵³

b) *Hatay İl Radyosu* : Hatay İl Radyosu TRTHatayFm adıyla Hatay ilinden yayın yapmaktadır. Bir sınır ili olması, ülkedeki terör olayları, dış yayınların etkilerine daha açık olması nedenleriyle bu ilde yaşayanların istek ve gereksinimlerini karşılamak üzere kurulmuştur. Radyo yerel ağırlıklı olmak üzere her saat başı haberlere yer vermekte, yayınlar genellikle müzik ağırlıklı olmak üzere, eğitim, kültür, eğlence, drama ve spor programları da yer almaktadır.¹⁵⁴

c) *Turizm Radyosu* : Ülkemizi yabancı turistlere tanıtmak, ülkemizin tarihi, kültürel, coğrafi özelliklerini anlatmak, ülkemizde bulundukları süre boyunca yabancı turistlere yardımcı olacak bilgiler vermek üzere kurulmuş bir radyodur. T.R.T. Kurumu'nun bir radyosu olan Turizm Radyosu'nun merkezi Antalya Lara'dadır. Yayın dili İngilizce ağırlıklı olmak üzere Fransızca ve Almanca'dır. Yayın içeriğinde %70 müzik, %15 kültür programları ve %10 haber yer almaktadır.¹⁵⁵

T.R.T. il ve bölge radyoları coğrafi anlamda yerel radyolar gibi görülse de bu radyoları ulusal yerel radyolar statüsünde adlandırmak gerekir. Çünkü bu radyolar devlet politikası gereği kurulmuşlardır. TRT'nin genel yayın planlarında yer alan "...özellikle yörede gelişen olaylar ile ilgili bilgiler aktarmak, haber vermek, bu yolla bölgede gerekli sosyal, kültürel ve psikolojik ortamın oluşturulmasına; milli kültürümüze, Atatürk ilke ve inkılaplarına bağlılığın güçlenmesine..." ifadeleri bu

¹⁵³ Özden, ÇANKAYA, a.g.e., s.107.

¹⁵⁴ a.k., s.108.

¹⁵⁵ a.k., s.107.

radıoların yerel özelliklerinden çok merkezi yönetimin politikalarının, ulusal bütünlüğün ve ulusal kimliğin oluşturulmasına yönelik, kamu yayın kurumu özelliklerinin ağır bastı ını göstermektedir.

TRT'nin 1982 Anayasası'nın 133. maddesi çerçevesinde korunan yayın tekeli 80'lerin sonu ile 90'ların başında ba layan çoğulculuk dönemine kadar korunmuştur. TRT tekelinin son bulması ile oluşan yayındaki çoğulculuk dönemini iki ayrı dönemde incelemek gerekir. Birinci dönem bazı kişi ve kurumların hukuk düzenine karşı çıkararak, fiilen yayın tekeli delerek özel radyo ve televizyon yayınlarını ba latmaları, bir kaos durumunun ortaya çıkışını kapsar. İkinci dönem ise Anayasanın ilgili 133. maddesinin değiştirilmesi ve buna bağlı olarak çıkarılan 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kurulu  ve Yayınları Hakkında Kanun"dan sonraki dönemdir.

7.2. Dere ulasyon Döneminde Yayın Yapan Radyolar

7.2.1. Belediye Radyoları

1989 Mayıs ayında yapılan belediye seçimlerinin ardından özellikle üç büyük kentin, Ankara, İstanbul ve İzmir kentlerinin büyükşehir belediyeleri radyo ve televizyon kurma hazırlıklarına ba ladılar. Bu iste in gerekçesi de dayanağını belediyeler yasasından alıyordu. 1930 tarih ve 1580 sayılı Belediye Kanunu'nun beşinci bölümündeki 67. madde belediyelerin tellal kullanmasını kurallara ba lamı tır. Ayrıca aynı yasanın 15. maddesi de meydan, cadde, sokak gibi umuma ait yerlerde ilan i lerini idare etmek görevini de belediyelere vermiştir.¹⁵⁶ Belediyeler bu yasanın kendilerine tanıdığı yetkiden hareket ederek belediye etkinlikleri ile ilgili

¹⁵⁶ Sezer, AKARCALI, a.g.e., s.151.

olarak halka duyurmak istedikleri bir konu olduğunda tellal tutuyor, bu tellal da sokaklarda dolaşarak, bağırarak halka duyuruyu gerçekleştiriyordu. Teknolojik bir yenilik olan hoparlörün kullanılmaya başlanmasıyla tellallar tarihe karışıyor, halka iletilecek duyurular bu hoparlörler aracılığıyla iletiliyordu. “Bu geçiş sürecinde ise herhangi bir yasaya gerek duyulmamış ve bu değişim teknolojik gelişmenin bir sonucu olarak görülmüştür.”¹⁵⁷ Belediyeler; “nasıl ki tellalden hoparlöre geçiş bir yenilik olarak kabul gördüyse ve yeni bir yasaya gerek duyulmadıysa, hoparlörden antene geçiş de bu gelişmenin bir sonucu olarak kabul edilmelidir ve yeni bir yasal düzenlemeye gerek yoktur” düşüncesini savunarak yayına başlamışlardır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Ankara Büyükşehir Belediyesi, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Bakırköy Belediyesi, Erzincan Belediyesi, Bodrum Belediyesi 1990’ların başında yayına geçen belediyeler oldular. 3984 sayılı yasanın çıkmasının ardından belediye radyoları kapandılar.

7.2.2. Üniversite Radyoları

1990 yılından itibaren TRT tekelinin kalkacağı açıkça belli olunca yayına geçen radyolar arasına üniversite radyoları da katıldılar. Özellikle iletişim fakültesi olan üniversiteler, öğrencilerinin uygulama ve çalışma alanı olarak gerektiğini ileri sürerek radyo ve televizyon yayınlarına başladılar. Her üniversite bulunduğu çevreye ve kendi öğrenci profiline uygun bir yayın içeriği ile yayın hayatına girdiler. Bunların içinde çok profesyonelce yayın yapanları olduğu gibi daha amatörce yayınlar da yapıldı. 3984 sayılı yasanın çıkışından sonra ise bu radyoların devamlarında farklı örnekler yaşandı. Özellikle küçük illerdeki üniversitelerin

¹⁵⁷ a.k., s.152.

rad-yo-ları a-çık kalır-ken, b-ü-y-ük il-le-r-de-ki ü-ni-ver-si-te-le-rin ra-dy-o-su ya ka-pa-tıl-mış ya da bu ü-ni-ver-si-te-le-r fark-lı yol-lar de-ney-e-rek yay-ın hay-at-lar-ı-nı de-vam et-tir-meye ça-lış-mış-lar-dır. Ko-ny-a’da Sel-çuk Ü-ni-ver-si-te-si’nin ra-dy-o-su g-ün-de 24 saat yay-ın ya-pıp, ö-ne-m-li ölç-ü-de re-kla-m bi-le yay-ın-la-yabil-ir-ken, An-ka-ra Ü-ni-ver-si-te-si’nin ra-dy-o-su bir ke-re RTÜK bir ke-re de Tel-siz Ge-nel Mü-d-ür-lü-ğü ta-ra-fın-dan ol-mak ü-zere i-ki ke-re ka-pa-tı-lı-yor-du. B-ü-y-ük-şeh-ir-le-r-de-ki ü-ni-ver-si-te-le-r-den ODTÜ ise k-ü-ç-ük bir ra-dy-o-yu sa-tın al-a-rak bu ra-dy-o-nun fre-kans ba-ş-vu-ru-su-nu ku-lla-nar-ak yay-ı-nı-nı s-ür-d-ü-re-bi-li-yor-du. Ye-şil Ka-ra-de-niz ad-ın-da bir ye-rel ra-dy-o-yu me-zun-ları ar-a-cı-lı-ğı-yı-la sa-tın al-ı-yor, bu ra-dy-o-nun do-sy-a-sı-nı ku-lla-nar-ak yi-ne ken-di ad-ı ve es-ki fre-kans-ın-dan yay-ın ya-pa-bi-li-yor-du. 2001 yıl-ı-nın may-ıs ay-ın-da da Ha-cet-te-pe Ü-ni-ver-si-te-si Ra-dy-o Mis-ket’i sa-tın al-a-rak a-ynı yön-te-mi se-ç-i-yor ve a-ynı yıl-ın ha-zı-ran ay-ın-da ra-dy-o yay-ı-nı-na baş-lı-yor-du.

7.2.3. Topluluk Radyoları

Türkiye’de bu dönemdeki topluluk radyoları daha çok “cemaat radyoları” olarak ortaya çıkmıştır. Bu radyolar topluluk radyolarının bütün özelliklerini taşıyorlardı. Kar amacı gütmeyen, bağlı bulundukları toplulukların görüşlerini yaymak, seslerini duyurabilmek amacıyla yayın yaptılar. Bağışlarla, vakıf ve cemaatin ileri gelenlerinin ve cemaat mensuplarının maddi destekleriyle ayakta durdular. Yayının büyük bölümünde kuran okunan, ilahiler ve dini şarkıların ağırlıklı olduğu müzik politikasının güdüldüğü, dini sohbetlerin yapıldığı, daha çok radikal eğilimli dini içerikli bu radyolar 3984 sayılı yasa çıktıktan sonra da yayın hayatlarını sürdürdüler. 28 Şubat kararlarının ardından, siyasal otoritenin antilaik yayınlara karşı gösterdiği kararlı tutum sonucu hızla eridiler. Bu radyoların çoğu kapatıldı.

Kapatılmayanlar da içeriklerinde ciddi değişiklikler yaptılar. Fethullah Gülen Cemaatinin Burç, Dünya FM, Esad Coşan Cemaatinin Akra FM, Nur Cemaatinin Moral FM, Haydar Baş Cemaatinin Mesaj bu grupta sayılabilecek radyoların önde gelenlerindendir.¹⁵⁸

7.2.4. Siyasal Parti Sempatizanı Radyolar

Hemen hemen bütün siyasi partiler açık açık değil ama, gerek parti üyeleri gerekse il-ilçe örgütleri vasıtasıyla, özellikle seçim dönemlerinde propaganda nitelikli yayınlar yaptılar. Belli siyasi partiler tarafından kurulan bu radyoların dışında herhangi bir siyasi partiyi desteklememekle birlikte belli bir siyasi görüş doğrultusunda yayınlarını gerçekleştiren radyolar da vardı. Bu radyolar sesini istediği gibi seçmenine duyuramadığını düşünen, daha çok muhalefet partilerinin maddi desteğiyle ya da bağışlarla yaşamını sürdüren radyolar olmuşlardır. Program yapıları, müzik çeşitlilikleri, kullandıkları dil savundukları parti ya da siyasi görüşün izlerini taşır. Milli Gençlik Vakfı ve önceleri Refah Partisini sonraları Fazilet Partisini desteklemek üzere finanse edilen Üsküdar FM, Marmara FM, Cumhuriyet Halk Partisi'ni desteklemek üzere finanse edilen ama şimdi kapalı olan Radyo Mozaik, Milliyetçi Hareket Partisi'ni desteklemek üzere finanse edilen Radyo Türkiyem, herhangi bir siyasi partiyi desteklememekle birlikte siyasi yelpazenin solunda yayın yapan Radyo Arkadaş, Yön FM, Yaşam FM, siyasi yelpazenin sağında daha çok da MHP görüşleri doğrultusunda yayın yapan Radyo Dolunay, Radyo Turan bu kategorideki radyolara örnek olarak verilebilir¹⁵⁹.

¹⁵⁸ Özden, ÇANKAYA, a.g.e., s.110.

¹⁵⁹ a.k., s.110.

7.2.5. Bağımsız Yerel Radyolar (Ticari Radyolar)

Bu radyoların kuruluşundaki temel amaç kar elde etmektir. Özel kişi ve kuruluşlar tarafından kurulup yönetilirler. Reklam gelirleriyle yaşarlar. Çok dinlenebilirlik, temel kaygıdır. Dinlenme oranı reklam gelirleriyle doğru orantılıdır. Bu nedenle programların ilginç olması, çok dinlenir ve popüler olması beklenir. Müzik ağırlıklı programlarda hedef kitlenin beğeni düzeyine yönelik müzik türü tercih edilir. Bu radyolar neredeyse çaldıkları müzik türüne göre adlandırılırlar. Türkçe müzik çalan radyolar, yabancı müzik çalan radyolar gibi.

13 Nisan 1994 günü çıkarılan 3984 sayılı yasa ile 80'lerin sonundan beri süregelen belirsizlik dönemi sona erdi. Radyo-televizyon yayıncılığı yasal bir zemine oturdu. Ancak bu ikinci dönemde belirsizlik dönemi olarak adlandırabileceğimiz birinci dönemdeki yerel radyo çeşitliliğini görememekteyiz. Bunun temel nedeni elbette 3984 sayılı Yasadır. Bu Yasanın 29. maddesinin birinci fıkrası “siyasi partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, vakıflar, mahalli idareler ile bu idarelerce kurulan veya bu idarelerin ortak oldukları şirketler, iş ortakları, birlikler ile üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finansal kurum ve kuruluşları özel radyo ve televizyon kuruluşu kuramaz ve bunlara ortak olamaz”¹⁶⁰ ifadesini taşır. Bu fıkra hükümlerine göre de belediyeler, vakıflar, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları ya da kooperatiflerden radyoları olanlar radyolarını kapattılar, acele etmeyip yasal düzenlemenin yapılmasını bekleyenler de radyo ya da televizyon kurmak düşüncelerinden vazgeçtiler. Yasa hükmünde üniversitelerin radyo ve televizyon yayını yapmasını yasaklayan bir ifade olmamasına rağmen yine aynı

¹⁶⁰ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmelik ve Tebliğler, Ankara, 1996, s.19.

maddenin, yani 29. maddenin 2.fıkrasındaki hüküm nedeniyle bu kurumların da yayın yapabilmesi yasal olarak olanaksız hale geliyordu. “Özel radyo ve televizyon kuruluşları anonim şirket olarak kurulur...” ifadesiyle üniversitelerin radyo kurması da olanaksızlaşıyordu. Çünkü kurumsal özelliğinden dolayı üniversiteler anonim şirket kuramıyorlar, böylece radyo ve televizyon yayınları için frekans başvurusu da yapamıyorlardı.

7.3. 3984 Sayılı Yasa Sonrası Yayın Yapan Radyolar

3984 sayılı yasanın çıkarılmasından sonra yerel radyo türlerindeki çeşitlilik azalmıştır. Yasanın 29. maddesinin 1.ve 2. fıkraları nedeniyle belirsizlik döneminde yer alan radyoların büyük çoğunluğu yayınlarını durdurmuştur. Yasa getirmiş olduğu bu kısıtlamalarla sadece ticari radyoların yayın yapabilmesine olanak sağladığından Türkiye’deki radyoların yapısal özellikleri neredeyse tek tipe inmiştir. Bu radyolar, reklam geliriyle yaşayan, kar amaçlı kurulan ticari radyolardır. 3984 sayılı yasanın yürürlüğe girmesinden sonra bu radyoların dışında ticari radyoymuş gibi kurulan ama kar amacı gütmeyen, kar amacı gütmemesine rağmen topluluk radyosu da olmayan bazı radyolar yayınlarına başladılar. Yapısal özellikleriyle, kuruluş amacıyla birbirilerinden çok farklı olan bu radyoların tek ortak özellikleri kuruluş şekilleridir. Bu radyolar 3984 sayılı yasanın 29. maddesinin 1. ve 2. fıkrasındaki hükümleri aşabilmek için yasanın öngördüğü hükümlerle kurulmuş radyoları satın alarak bunların frekans başvurusu üzerinden yayın yapmaya başlamışlardır. Halk arasındaki tabiriyle bir nevi “hülle” yolunu seçmişlerdir.

3984 sayılı yasa belediyeler, vakıflar, dernekler, siyasi partiler, meslek kuruluşları, sendikalar, kooperatifler gibi birçok kuruluşun yayın yapmasını

olağanüstü hal bölgesinde karşımıza çıkar. Özel bir radyo gibi kurulan bu radyolar devlet eliyle, devletin ulusal politikalarını yaymak amacıyla kurulmuştur. Yöre halkı arasında valilik radyosu olarak bilinen bu radyoların giderleri valilik tarafından karşılanır. Siirt'teki Radyo Tokap, Hakkari'deki Klas FM bu radyolardandır.

3984 sayılı yasanın en önemli eksiklerinden biri ticari radyolar dışındaki radyoların kurulmasına izin vermemesi, bir diğeri de kar amacı gütmeyen topluluk

¹⁶¹ Bu satın alınan radyolar sadece dosya radyolar olarak satın alındılar. Bu radyoların ellerindeki teknik malzeme hiçbir önem taşımazken yapmış oldukları frekans başvuruları bir kazanılmış hak olarak kabul edilip yayın yaptıkları frekans onların sayıldı. Halbuki RTÜK tarafından herhangi bir frekans dağılımı ihalesi yapılmamıştır. Bu radyoların halen yayın yaptıkları frekanstan yayın yapıp yapamayacakları veya bir frekans tahsisi alıp alamayacakları kesin değildir. Ancak 90'ların başındaki belirsizlik döneminde yaşanan fiili durum burada da başgöstermiştir. Gerçekte yasadışı (çünkü bu radyoların hepsinin yasada yayın yapması yasaklanmış ya da olanaksız hale gelmiştir "md 29"), dosya üzerinde yasal olan bu radyoların varlığı Türkiye'de yeni bir Pazar doğurmuştur. Çeşitli nedenlerle halen yayın yapmamasına rağmen sadece başvurusu olduğu için bir radyonun frekans dosyası oldukça yüksek bir bedelle müşteri bulabilmektedir.

radyolarının yaşamalarını sürdürebilmelerini sağlayacak önlemleri almaması, bu yönde hükümler içermemesidir.

“Skogerbo, iletişimde demokrasinin birbiriyle ilişkili üç alanı kapsaması gerektiğini söyler.

- 1- Demokratik bir toplumun uzantısı olmak,
- 2- Demokrasi ve çoğulculuğun sağlanmasında bir aracı olmak,
- 3- Karar verme ve sorumlulukların paylaşılmasında demokratik değerlerin ön plana çıkarıldığı bir örgütlenme yapısına sahip olmak”¹⁶²

Skogerbo’nun yaptığı bu vurgu aynı zamanda topluluk radyolarının özelliklerini de anlatır. Bu nedenle iletişim sistemleri içinde yerel radyoların, yerel radyolar içinde de topluluk radyolarının sistemin demokratikleşmesi açısından özel bir yeri vardır. Türkiye özel koşullar sonucunda çıkarılan radyo televizyon yasasının izin vermemesi bunun yanında da ekonomik olarak bir çekiciliği olmaması nedeniyle topluluk radyolarının yaygın olmadığı, topluluk radyosu olarak sadece cemaat radyolarının yayın yapabildiği bir sisteme sahip bulunmaktadır. Yerellik 10 Mart 1995 tarihli Radyo ve Televizyon Yayın İzni ve Lisans Yönetmeliği’nin 3. maddesinin 29. fıkrasında şöyle tanımlanmaktadır: “Herhangi bir ulusal ya da bölgesel yayın şebekesinden bağımsız olarak ve maksimum radyasyon yönünde en çok 30dBW (erp) etkin yayın gücü veren, radyo için bir, televizyon için ise en çok üç verici istasyonuyla bir program kanalı üzerinden yapılan, stüdyo-verici veya vericiler

¹⁶²Nilüfer, TİMİSİ, “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri”, İLEF Yıllık 1997-1998, s.10-11.

arası program iletimi için uydu kullanmayan ve esas olarak bir yerleşim birimini (kent, kasaba ve benzeri) kısmen veya tamamen kapsayan tek bir radyo veya televizyon program kanalı”.¹⁶³ Türkiye iletişim sistemindeki yerellik, yasanın öngördüğü üzere coğrafi bir yerellik olup birbirine benzer ticari radyoların yer aldığı bir yapıya sahiptir. 1999 sonu ile 2000 yılı başlarında yapılan alan araştırması Türkiye’deki yerel radyoların özelliklerini ortaya koyabilmesi açısından önemlidir.



¹⁶³ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmelikler ve Tebliğler, s.103

IV. B Ö L Ü M

ALAN ARAŞTIRMASI :

Türkiye’de Yerel Radyoların Özellikleri, Örgüt Yapısı, Yerel Radyolarda Temsil , Kuruluş Özellikleri ve Program İçerikleri

1. Araştırmanın Amacı ve Varsayımları

Bu araştırmanın amacı Türkiye’deki yerel radyoların “Yerel Radyo” özellikleri taşıyıp taşımadıklarını açığa çıkarmaktır. Bu amaçla Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesinden seçilen ve Radyo Televizyon Üst Kurulunun yerel radyo olarak lisans verdiği yerel radyolar esas alınarak araştırma kapsamına alınacak radyolar tespit edilmiştir. Araştırma kapsamına temel oluşturan varsayımlar şöyledir:

Yerel radyolar gerek yapısal özellikleri, gerek işletme biçimleri, gerekse program içerikleri ya da program çeşitliliği olsun bütün özellikleriyle ulusal yayın yapan radyo ve televizyonlara alternatif teşkil ederler.

Yerel Radyolar gerek yapısal özellikleri gerekse program içerikleriyle toplumun her kesiminin kamusal alana çıkabileceği bir zemin yaratırken bu özellikleriyle de hem kamusal alana çıkmak isteyenlere bu olanağı sunarak kitle iletişim araçlarında temsil edilebilen kesimlerin çeşitlilik yelpazesini genişletir, hem de siyasi iktidarın kontrolündeki alanın demokratik gelenekten sapması tehlikesine

karşı bir emniyet sübabı görevi görürler. Türkiye’deki yerel radyolar ise genel olarak yerel radyoların bu temel özelliklerini taşımazlar.

Türkiye’deki yerel radyolar coğrafi özellikler bakımından yerel radyolardır. Yapısal özellikler bakımından yerel radyo özellikleri göstermezler.

2. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Tekniği

Bu çalışma bir alan araştırmasından oluşmaktadır. Türkiye’deki yedi coğrafi bölge de araştırma kapsamı içine alınarak, yerel radyoların Türkiye’de genel olarak ortak bir özellik gösterip göstermedikleri ya da bölgelere göre farklılıklar gösterip göstermedikleri de görülmek istenmiştir. Alan araştırmasında 71 adet soru sorulmuş, radyoların sahipleri, çalışanları, radyoların yapısal özellikleri, teknik özellikleri, program içerik özellikleri gibi konulardaki sorulara yanıt alınmaya çalışılmıştır. Sorular üç grupta toplanmıştır. Birinci grupta radyonun teknik özellikleriyle ve personel yapısıyla ilgili sorular, ikinci grupta radyonun program içeriği ile ilgili sorular, üçüncü grupta ise radyo sahiplerinin ve çalışanlarının kişisel özellikleriyle ilgili sorular sorulmuştur.

Alan araştırması Kasım 1999 ile Şubat 2000 tarihleri arasında, yüzyüze görüşme tekniği ile yapılmıştır. Araştırma aşamasında anketörlerden yararlanılmıştır. Anketörler alan araştırmasına çıkmadan önce iki gün süreyle toplam 4 saatlik bir eğitime tabi tutulmuşlardır. Araştırmanın uygulanması aşamasında, anketörlerle telefon aracılığıyla sürekli temas halinde olunmuş, tereddütlerin giderilemediği durumlarda katılımcılarla bizzat görüşme yolu seçilmiştir. Alan araştırması her

coğrafi bölgeden tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen en az iki il/ilçe'de uygulanmıştır. Alan araştırmasının uygulandığı il ve ilçeler şunlardır:

1. Adana/Seyhan
2. Ankara/Merkez
3. Antalya/Merkez
4. Balıkesir/Burhaniye
5. Balıkesir/Edremit
6. Batman/Merkez
7. Çanakkale/Merkez
8. Elazığ/Merkez
9. Erzincan/Merkez
10. Gaziantep/Merkez
11. Hakkari/Yüksekova
12. Hatay/Antakya
13. İzmir/Aliağa
14. İzmir/Bornova
15. İzmir/Menemen
16. Kocaeli/İzmit
17. Konya/Selçuklu
18. Manisa/Merkez

19. Manisa/Salihli

20. Ordu/Merkez

21. Siirt/Merkez

22. Trabzon/Merkez

23. Urfa/Merkez

24. Zonguldak/Merkez¹⁶⁴

Araştırmanın uygulanacağı yerler tespit edildikten sonra, Radyo Televizyon Üst Kurulu'na başvurularak, bu bölgelerde yayın yapmak üzere ruhsat alan yerel radyoların isim, adres, telefon ve faks numaraları alınmıştır. 247 adet olduğu tespit edilen bu radyolardan 133 tanesiyle görüşülebilmiş, görüşülemeyen 114 radyonun 17'si görüşmeyi kabul etmemiş, 97 tanesi ise kapandığı, artık yayın yapmadığı için bu radyolara ulaşılamamıştır. Görüşmeyi kabul etmeyen 17 radyodan 12'sinin yayın içeriği olarak dini içerikli yayın yapan radyolar olduğu tespit edilmiştir. Testi yanıtlamayı reddeden 5 radyonun ise genel olarak ticari radyo niteliği taşıdığı tespit edilmiştir. Bu radyolardan ve dini içerikli yayın yapan radyolardan üçünün yayınları bir hafta süreyle takip edilmiştir. Bu yayınların kasetlere kaydı yapılmak istenmiş ancak maliyetinin yüksek rakamlara ulaşması nedeniyle sadece iki radyonun bir haftalık yayınları kaydedilebilmiştir. Bir ticari radyo ile dini içerikli yayın yapan bir radyonun bir haftalık yayını video bantlarına kaydedilmiştir. Kayıtlar sırasında üçüncü günden sonra gece yayınları (hep aynı türde bant yayın olduğundan) kaydedilmemiştir. Kayıt sırasında günün bazı saatlerinde bant değişimleri yapılamadığından kayıtlar aksamış, bu durum bir sonraki hafta aynı gün ve saatin

¹⁶⁴ İllerin yanındaki "Merkez" sözcüğü merkez ilçeyi değil o ilin şehir merkezi, belediye sınırları içindeki yerleşim yeri anlamına gelmektedir

özümlemedir. Bu sınıflandırmada yer alan “alan özümlemesi” Krippendorff’un “Fiziksel Birimler” olarak adlandırdığı içerik özümlemesi uygulaması ile örtüşmektedir. Krippendorff, amaca bağlı olarak kullanılabilircek içerik çözümlemelerini fiziksel birimler, sözdizinsel birimler, gönderimsel birimler, önermesel birimler ve konusal birimler olmak üzere beş ayrı birime ayırmış;¹⁶⁶ bu birimlerden fiziksel birimleri tanımlarken bunun ölçümü yapılan mesajın ne kadar süre ya da ne kadar sıklıkla yer aldığıнын ölçülmesi olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada, kaydedilen bantların özümlemesi yapılırken Prof. Dr. Aysel Aziz’in alan özümlemesi, Krippendorff’un fiziksel birimler olarak adlandırdığı içerik özümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu içerik çözümlemesinde, söz yayınları ile müzik yayınlarının genel yayın içerisindeki ağırlığı, yerel içerikli programların genel

¹⁶⁵ Aysel, AZİZ, *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*, İlad Yayınları, Ankara, 1990, s.109.

¹⁶⁶ a.k., s.113-114.

yayın içerisindeki ağırlığı, haberlerin genel yayın içerisindeki ağırlığı, haberler içerisinde yerel haberlerin ağırlığı, reklamların genel yayın içerisindeki ağırlığı ölçülmüştür.

Manisa’da yayın yapan “Yıldız FM”in bir haftalık yayınının içerik çözümlemesi yapılmıştır. FM 91.8 den 250 watt gücünde yayın yapan Yıldız FM, günde 24 saat yayın yapmaktadır. Yıldız FM’in haftalık yayın akışı şöyledir:

08.00-09.00 : Türkiye’de Bugün (Alperen Alkan)

09.05-11.00 : Maksat Muhabbet Olsun (Ziyanur Bilge)

11.00-13.00 : Yarışma Başlıyor

13.00-16.00 : Hasip’den Nağmeler (Hasip Gözcü)

16.00 : Haberler

16.05-18.00 : Türkü Kız (Nüşin)

18.00-20.00 : Cin Ali (Ali Okçooğlu)

20.00-22.00 : Yalnız Kral (Alperen Alkan)

22.00-24.00 : Damar Muhabbeti (Erkan Yıldız)

24.00-03.00 : Gecenin Gizemli Sesi (Murat Eren)

03.00-08.00 : Radyo Yıldızdan Hoş Müzikler

Bu yayın akışı, hafta içinde hergün aynı şekilde devam etmektedir. Haftasonunda 11.00’ de Yarışma Başlıyor programı yine yayınlanmaktadır. 11.00’e kadar müzik yayını yapılmaktadır. 13.00-16.00, 22.00-24.00 ve 24.00-03.00 saatlerinde DJ yayını yapılmakta, DJ’lerin yayınlarının arasında Türkçe müzik (hafif müzik, sanat müziği, halk müziği, arabesk müzik) yayınlanmaktadır. Haftasonları

haber yayını bulunmamaktadır. Yayın akışında reklamlar için ayrı zamanlar ayrılmamıştır. Reklamlar, DJ programlarının akışı içerisinde yayınlanmaktadır.

Yapılan içerik çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgular şöyledir.

Müzik yayını : 8064 dakika/hafta %80

Söz yayını : 2016 dakika/hafta %20

Yerel içerikli yayın : 705 dakika/hafta %7

Haber : 175 dakika/hafta %2 (yerel haberler 25 dakikalık bir zaman tutmaktadır. Bunun haber yayını içerisindeki yeri %14 , genel yayın içerisindeki yeri ise % 0.5 dir.)

Reklamlar : 403 dakika/hafta %4

Günlük yayın akışında sadece 5 dakikalık bir haber bülteni bulunmaktadır.

Sabahları Yeniasır, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Türkiye, Zaman, Hür Işık (yerel gazete) ve Manisa Haber (yerel gazete) gazetelerinin okunduğu “Türkiye’de Bugün” programı da içerik çözümlemesi sırasında haber yayını olarak kabul edilmiştir. Yerel içerikli programlar olarak Manisa’daki sinema, pazar yeri, nöbetçi eczaneler, Manisa Valiliği ve Belediye Başkanlığı’ndan duyurular kabul edilmiştir. Yayın akışı DJ yayıncılığı ve müzik yayını üzerine kuruludur. DJ’lerin programları genellikle telefon bağlantılardan kaynaklanan sohbetler üzerine kurulmaktadır. Haber içeriklerinde ulusal radyoların haber içeriklerinden farklı bir haber öncelik sırası bulunmamaktadır. Haberlerde yerel haberlere öncelik verilmesi gibi bilinçli bir haber politikasına rastlanmamıştır. Hatta yerel haberler yurt haberlerinden sonra verilmektedir. Bu radyonun 23 Kasım 1999 Salı günü saat 16’da yayınlanan haber bülteni şöyledir:

“ Yıldız FM haber merkezince hazırlanan haberleri sunuyorum.

Adnan Hoca'nın 10 milyon Dolarlık 2 gizli banka hesabı ortaya çıktı. Adnan Hoca ve tarikatının malvarlığını İstanbul Defterdarlığı incelemeye başladı. Mali Suçlar Araştırma Kurulu'ndan da özel olarak görevlendirilen iki müfettiş soruşturma başlattı. Adnan Hoca'nın Al Baraka ve Faisal Finans'ta 10 milyon Dolarlık iki hesabına da DGM kararıyla el konuldu. Polis, bu paranın tutarından çok kaynağı üzerinde duruyor. Bu arada Adnan Hoca'nın avukatlarının tutukluluk kararına itirazları reddedildi.

Telekulak davası dün görüldü. Telekulak davasına ifade veren tanıklar skandalı doğruladı. Ankara Emniyet Müdürlüğü İstihbarat Şube Müdürlüğünden telefonların yasadışı yollarla izlenmesi, kayıtların silinmesi, bazı gizli bilgi ve belgelerin disketlere yüklenerek şube dışına çıkarılması davasında dün 14 görevli tanık olarak dinlendi. Tanıklardan Hurşit Uçak kendisine bilgisayar kayıtlarının silinmesi için emir verildiğini söyledi. Komiser Hurşit Uçak ifadesinde 'normalde gizli dereceli evrakların fotokopileri çekilmez. Ama soruşturma devam ederken 5-6000 sayfa fotokopi çekildi' dedi. Hurşit Uçak'ın sözettiği fotokopilerin tüm aramalara rağmen şubede bulunamadığı açıklandı.

Bedelli askerlik başvuruları başladı. Bedelli askerlik kapsamında olup da uygulamadan yararlanmak isteyenlerin başvuruları başladı. Başvurular yurtdışında 6 Aralık 1999 tarihinden itibaren kabul edilecek. Bedelli askerlik için yurtiçindeki başvurular bedelin tamamı veya ilk taksidinin ödendiğine dair banka dekontunun aslı ile askerlik şubelerine yapılacak. 1 Ocak 1970 den önce doğanlar 3 ya da 4 eşit taksitte ödeyecek. Taksit ödemeyi tercih edenler 5 er bin Alman Markı tutarındaki taksitlerden ilkinin başvuru sırasında kalan iki taksidi 4 Haziran 2000 ve 4 Eylül 2000 tarihine kadar ödeyebilecekler. 20 bin Alman Markı ödeyecek olan 1959 doğumlu ve

daha yaşlılar ise, 4 Ağustos 2000 tarihine kadar ayrıca 5 bin Alman Markı ilave taksit ödemesi daha yapacak. Bedelli askerlikten yararlanmak isteyen yükümlülerin temel eğitim süreleri 32 gün olacak. 40 yaşından büyük olanların ise askere alınmayacağı bildirildi. Bedelli askerlik için başvuru süresi 4 Mayıs 2000 günü saat 17.00 de sona erecek.

Kızılay Derneği'ne sahte fatura incelemesi başlatıldı. Soruşturma yapan müfettişler yeni bir şaibeyle daha karşılaştı. Kızılay'ın Karadeniz sel felaketi sırasında kullandığı çadır direkleri alımında bazı yöneticilerin “faturalar uygun değil” uyarısının dikkate alınmadığı ortaya çıktı. Yapılan incelemede alım-satım müdürlüğünün Doğu Karadeniz ve çevresinde meydana gelen sel felaketi ile Adana'daki deprem felaketi nedeniyle 6 milyar 450 milyon Lira ödenerek yapılan 3300 çadır direği alımının şaibeli olduğu ortaya çıktı.

Manisa ili 2000 yılı il özel idare bütçesi dokuz trilyon olarak belirlendi. Son iki yıl içerisinde ülkemizde etkili olan ekonomik kriz hükümet bütçesinden sonra ilimiz bütçesini de olumsuz yönde etkiledi. 2000 yılı il özel idare bütçesi dokuz trilyon olarak belirlenirken bu rakamın geçen yıl 7 trilyon 750 milyar olması krizin ne denli etkili olduğunu bir kez daha gösterdi.

Türkiye Yardım sevenler Derneği Manisa Şubesi depremzedeler için acil ihtiyaç malzemelerinden oluşan bir kamyon yardım malzemesi gönderdi. Daha 17 ağustos depreminin yaralarını sarmadan 12 kasım tarihinde Düzce'de meydana gelen depremle tüm ülke yeniden yasa boğuldu. Acıları bir nebze olsun azaltabilmek için girişilen yardım kampanyalarına Türkiye Yardımsevenler Derneği Manisa Şubesi de katıldı. Dernek başkanı Semra Örümlü yaptığı açıklamada yardımı Bolu, Sapanca ve Adapazarı'nda bulunan Yardım Sevenler Derneği Şubelerine gönderdiklerini

belirterek ‘yardımlarımız şubelerimiz tarafından depremzedelere ulaştırılacaktır’ dedi.

Atina’da yapılan Dünya Halter Şampiyonasında 56 kilo haltercimiz Halil Mutlu, 4 dünya rekoru birden kırarak 3 altın madalya kazandı. Koparmada 137,5 silkmeye 166 kilo kaldıran Halil Mutlu böylece toplamda 302,5 kiloyla yeni dünya rekorlarının da sahibi oldu.

Meteoroloji İşlerinden yapılan açıklamaya göre, dün hızını arttıran rüzgar bugün karada 60-65 km, denizde ise 30-35 mil olacak. Ege ve Marmara’da dün başlayan yağışlar bugün bütün bölgelerde etkili olacak. Sıcaklıklar bugünden itibaren 8-10 derece düşecek. Manisa’da bu gece beklenen en düşük sıcaklık 3 derece, yarın 9 derece olacak.”

Haberlerdeki bu sıra daha çok ulusal radyoların haber sırasını anımsatmaktadır. Oysa bir yerel radyoda haber önceliği önce yerel haberlerde olmalıdır.

Dini içerikli yayın yapan radyolar, özellikle cemaat radyoları diğer radyolardan yayın yapısı olarak çok farklı özellikler göstermektedir.

Çeşitli nedenlerle pürüz doğar gerekçesiyle araştırmayı reddeden, yayın içeriği olarak dini yayın yapan radyolar :

1. Adana/Radyo Selam
2. Adana/Sancak FM
3. Ankara/Akra FM
4. Elazığ/Işık FM
5. Erzincan/Radyo Selam

6. Gaziantep/Radyo Davet
7. Kocaeli/Nur FM
8. Konya/Selam Radyo
9. Konya/Şafak FM
10. Konya/Gözyaşı FM
11. Manisa/Radyo Yıldız
12. Şanlıurfa/Radyo Huzur

Bu radyolardan Adana/Radyo Selam, Ankara/Akra FM, Kocaeli/Nur FM ve Konya/Nur FM'in yayınları bir hafta süreyle dinlenmiş ve Ankara/Akra FM'in bir haftalık yayını kaydedilmiştir. FM 106.4'den yayın yapan Ankara/Akra FM'in haftalık yayın akışı şöyledir:

- 07.00-08.30 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti
- 08.30-09.00 : Müzik
- 09.00-10.30 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti
- 10.30-11.00 : Müzik
- 11.00-13.00 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti (Sohbet programının arasında öğle ezanı okunmaktadır)
- 13.00-13.30 : Müzik
- 13.30-15.30 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti (Sohbet programının arasında ikindi ezanı okunmaktadır)
- 15.30-16.00 : Müzik

16.00-18.00 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti (Sohbet programının arasında akşam ezanı okunmaktadır)

18.00-18.30 : Müzik

18.30-20.30 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti (Sohbet Programının Arasında yatsı ezanı okunmaktadır)

20.30-21.00 : Müzik

21.00-23.00 : Dr. İskender Ali Mihri ile Tasavvuf Sohbeti

23.00-23.30 : Müzik

23.30-07.00 : Kuran ve İlahiler

Akra FM'in yayınları tam bir topluluk radyosu özellikleri göstermektedir. Esad Coşan cemaatinin radyosu olarak bilinen Akra FM 'de yayın Dr. İskender Ali Mihri'nin sohbetleri üzerine kurulmuştur. Müzikler bile topluluk radyosu anlayışıyla, topluluğun dünya görüşüne ve beğenisine uygun müziklerdir. Reklam bulunmamaktadır. Sadece müzik yayını sırasında Dr. İskender Ali Mihri'nin kitapları tanıtılmakta ve irtibat telefonu verilmektedir. Radyo Akra yayını içinde haber bülteni de yer almamaktadır. İçerik çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgular şunlardır:

Söz yayını : 9.870 dakika/hafta %98

Müzik yayını : 210 dakika/hafta %2

Yerel içerikli yayın : Yayının tamamı

Haber : Yok

Reklamlar : Yok

Yayını dinlenen bu radyolar dışında alan araştırması yapılarak 133 radyoya anket tekniğinde hazırlanmış 83 adet soru sorulmuştur. Yapılan alan araştırmasının bulguları şöyledir:

3. Alan Araştırması Bulguları

Mart 1995 tarihli Radyo ve Televizyon Yayın İzni ve Lisans Yönetmeliği'nin 3. maddesinin 29. fıkrasında tanımladığı gibi Türkiye'de yerellik coğrafi yerellik olarak kabul edilmiştir. Bu durum radyoların teknik yapılarını oluşturmada da etkili olmuştur. Birçok radyo verici gücünü ve yayın alanını bu tanıma göre belirlemiştir. Bu radyoların hepsi bulundukları il ya da ilçe bazında yayın yaparken kullandıkları vericilerin özelliği nedeniyle çevre ilçe ve bazı illerden de dinlenebilmektedirler. Bu radyolar tarafından kullanılan vericilerin güçleri şöyledir:

Tablo 1 : Yerel radyoların sahip oldukları verici gücü

Verici gücü	Radyo sayısı	Oran%
100-250 watt	18	14
250-500 watt	36	27
500-1000 watt	68	51
1000-2000 watt	11	8
Toplam	133	100

Bu radyoların hepsi tek bir verici ile yayına çıkarken link kullananların oranı %73'ü bulmaktadır.

Tablo 2 : Yerel radyoların link kullanma tercihleri

	Radyo Sayısı	Oran %
Link kullanan radyolar	97	73
Link kullanmayan radyolar	36	27
Toplam	133	100

16 Mart 1995 tarihli “Özel Radyo ve Televizyon Yayın Kuruluşlarının Kuruluşlarında Uyması Gerekli Asgari İdari ve Mali Şartlarla Yayın Alanı, Yayın Saat ve Süreleri Hakkında Yönetmelik”¹⁶⁷ radyo ve televizyon kuruluşlarının hangi şartlarla ve ne şekilde kurulacağını belirler. Bu yönetmeliğin 4. maddesinin a fıkrasında Türkiye’de kurulacak özel radyo ve televizyon kuruluşlarının anonim şirket statüsünde ve münhasıran 3984 sayılı kanunda ve bu yönetmelikte belirtilen konularda iştigal etmek üzere kurulmuş olması koşulu getirilmiştir.¹⁶⁸

Bu nedenle alan araştırmasına konu olan bütün yerel radyolar kuruluş statüsü olarak anonim şirkettir. Şirket yapısı görünüşte anonim olmakla birlikte gerçekte bu radyoların sahipleri bu şirketler ya da şirket ortakları değil çoğunlukla tek bir kişi ya da bir aile olmaktadır. Araştırma kapsamına girmiş olan yerel radyoların %79’u bir kişi ya da aileye ait radyolardır. Anonim şirket olarak kurulmuş ve gerçek anlamda bu yapıda olan %21 oranındaki yerel radyoların, yani 133 radyonun 28 inin ise %79’u yasanın boşluklarından yararlanarak kurulmuş olan, 3984 sayılı yasa gereğince yayın yapması yasak olan radyolardır. Bu radyoların dağılımı şöyledir:

¹⁶⁷ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmelikler ve Tebliğler, s.165

¹⁶⁸ a.k., s.165

Tablo 3 : Gerçek anlamda anonim şirket statüsünde olan yerel radyolar

Radyo Türü	Radyo Sayısı	Oran %
Üniversite Radyosu	5	18
Valilik Radyosu	3	11
Belediye Radyosu	2	7
Parti Radyosu	9	32
Dernek Radyosu	2	7
Vakıf Radyosu	1	4
Şirket Radyosu	6	21
Toplam	28	100

Türkiye'deki yerel radyoların %79'u, yani 105 tanesi anonim şirket olarak görünmesine rağmen bir kişiye ya da aileye aittir. Bu kişiler radyo yayıncılığı dışında farklı bir iş kolunda faaliyet göstermektedirler. Radyo sahiplerinin yayıncılık dışında yaptıkları işlerin dağılımı şöyledir:

Tablo 4 : Yerel radyo (bir kişi ya da aileye ait olan radyoların) sahiplerinin yayıncılık dışında faaliyet gösterdikleri işkolları

İşkolu	Sayı	Oran%
Turizm ¹⁶⁹	14	13
Reklam-tanıtım	3	3
Emlak-komisyon	8	8
İnşaat (Müteahhitlik) ¹⁷⁰	21	20
Galeri (Oto alım-satım)	12	11
Sağlı(Hastane-klinik) ¹⁷¹	7	7
K���� işletme sahibi ¹⁷²	13	12
Mali müşavir	4	4
Tüccar ¹⁷³	16	15
Esnaf ¹⁷⁴	7	7
Toplam	105	100

Bu sonuçları Türkiye'nin geneline yaymak, Türkiye'deki radyo sahiplerinin çalıştıkları iş türünü göstermek örneklemin genişliği ve seçilen yerleşim yerleri gözönüne alındığında mümkün olmaktadır. Bu sonuçlara göre Türkiye'deki yerel

¹⁶⁹ Otel, tatil köyü, otobüs firması, seyahat acentası sahipleri

¹⁷⁰ İnşaat şirketi sahipleri,müteahhitler

¹⁷¹ Hastahane sahipleri

¹⁷² Yanında 10 kişiden az eleman çalıştıran atölye sahibi

¹⁷³ Büyük miktarlarda alım satım yapan kişiler

¹⁷⁴ D kk n sahibi kişiler

yayınlar genel olarak coğrafi bir yerellik göstermektedir. Toplumsal yerelliğin sözkonusu olduğu durumlarda karşımıza dini içerikli yayınlar yapan cemaat radyoları çıkmaktadır. Bu radyolar paylaşılan ortak değerleri yayın politikasının merkezine oturtmaları, reklamlardan çok yardımlarla, sempatizanların bağışlarıyla ayakta durmalarıyla (topluluk radyosu) toplumsal yerellik özellikleri göstermektedirler. Kamu hizmeti anlayışıyla yayın yapacak vakıf, dernek, yerel yönetim, üniversite gibi yerel radyolar ise yasal olarak kurulmaları mümkün olmadığından yasadaki boşluklardan yararlanarak yayın yapabilmektedirler. Çünkü 3984 sayılı yasanın 29. maddesi; siyasal partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, vakıflar ve mahalli idarelerin radyo ve televizyon yayını yapmasını yasaklamıştır.¹⁷⁵ Kanun üniversitelerin radyo televizyon yayını yapmasını yasaklamamıştır ama anonim şirket olarak kurulma zorunluluğunu getirdiğinden üniversitelerin yayın yapmasını da olanaksız hale getirmiştir. Bu nedenle de gerçek anlamda kamu hizmeti yayıncılığı yapabilecek olan kurum ve kuruluşların yayın yapmak isteği ya da zorunluluğu durumlarında yasanın boşluklarından yararlanma yolu seçilmiştir.

Türkiye’de iletişim sisteminde yine yasalardan kaynaklanan bir eksiklik, topluluk radyolarının olmamasıdır. Bu radyolara hem yasanın izin vermemesi hem de ekonomik olarak bu radyoları yaşatabilmenin güçlüğü Türkiye iletişim sisteminde topluluk radyolarının yer almasına olanak tanımamıştır (Türkiye’de ancak cemaat radyoları cemaatin maddi desteğini arkasına aldığından topluluk radyosu olarak faaliyet gösterebilmektedirler). Türkiye’deki yerel radyolar ister toplumsal yerellik özellikleri gösterebilir, ister bağımsız yerel radyolar olsun işletme özellikleri

¹⁷⁵ 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmeliklerle Tebliğler, s.19

bakımından da yerellik özellikleri göstermezler. Yerel radyolar her konuda olduğu gibi işletme konusunda da ulusal radyolara alternatif olmak zorundadır. Ama Türkiye’deki yerel radyolardaki işletme modeli ulusal radyoların daha küçük, daha sınırlı bir kopyası şeklindedir. Yasada olmasına rağmen bugün hiçbir yerel radyo frekans paylaşımı yayın yapmamaktadır. Bütün yerel radyolar 24 saat yayın yapmaktadır. Yerel yayıncılığın temelinde gönüllülük esası yatar. Ancak stajyerlik dönemini ve dost akraba ilişkileri nedeniyle hobi olarak çalışanları bir yana bırakırsak Türkiye’de radyoda çalışan personel ücret karşılığında çalışmaktadır. Bir başka deyişle profesyonellik esas olmaktadır. Radyolarda çalışan personel sayısı şöyledir:

Tablo 5 : Yerel radyolarda çalışan personel sayısı¹⁷⁶

Personel Sayısı	Radyo Sayısı	Oran%
10’dan fazla	27	21
8-10	43	32
5-7	39	29
5’den az	24	18
Toplam	133	100

Bu radyolarda çalıştırılan personelin hemen hepsi maaşlı olarak çalışmaktadır. Ama personel önce stajyer olarak başlamakta bu sürede para almamaktadır. Bu süre 1 ay ile 3 ay arasında değişmektedir. Aslında yerel radyolarda uzmanlığa dayalı bir örgütlenme ve görev dağılımı yoktur. Çalışanlar programcılık,

¹⁷⁶ Bu rakamlara, doğrudan yayında veya yayın dışında çalışan bütün radyo personeli dahildir.

muhabirlik, spikerlik ve reklamcılık işlerinin hepsini birden yaparlar. Radyolarda çalışan personelin eğitim durumu da yayının kalitesine yansımaktadır. Personelin % 2,3 ünün iletişim fakültesi mezunu olması, yerel radyolardaki yayın içeriği ve kalitesi konusunda kaba bir fikir vermektedir.

Tablo 6 : Yerel radyolarda çalışan personelin eğitim durumu

Eğitim durumu	Sayı	Oran%
İlkokul terk	7	0,6
İlkokul	56	4,9
Ortaokul	132	11,6
Lise	724	63,6
İletişim lisesi	86	7,6
2 yıllık yüksekokul	62	5,5
Üniversite	44	3,9
İletişim Fakültesi	26	2,3
Toplam	1137	100

Personelin eğitim durumundaki bu dağılım zaten meslek içi eğitimi gerekli kılmaktadır. Ancak bu eğitim de personele verilememektedir. Yerel radyo personeli, mesleği usta-çırak ilişkisi içerisinde “çekirdekten” öğrenmektedir. O nedenle de radyo içerisinde bir uzmanlaşma mümkün olmamaktadır. Bu olanaksızlık yerel

radıoların ekonomik sorunlarıyla yakından ilgilidir. Ancak, yine de bir sınıflandırma yapmak gerektiğinde şöyle bir uzmanlaşma yapısı ortaya çıkmaktadır. Radyolarda DJ'ler program yapımcısı olarak istihdam edilirken muhabir ve spikerler de ayrı ayrı istihdam edilmezler. Spiker hem haberi yazar hem de okur. Dikkati çeken bir diğer nokta ise 133 radyodan 124'ünün teknisyen istihdam etmemesidir. Teknik problemlerin çözülmesi piyasadaki profesyonellere yaptırılmaktadır. Radyolarda reklamcılar en kalabalık kesimi oluştururken, haberciler en az sayıda istihdam edilmektedirler. Bir yerel radyodaki muhabir-spiker sayısı çalışan personelin sayısı ile orantılı olarak 1 ile 3 arasında değişmektedir. Reklamcılarda bu sayı 18'e kadar çıkmaktadır. Kar amacı temel olan bağımsız yerel radyolarda uzmanlaşma kaybolmuş görünürken, yasanın boşluklarından yararlanarak yayın yapan üniversite, meslek kuruluşu, dernek gibi kurumların radyolarında uzmanlaşma daha belirgindir.

Yerel radyolar ulusal radyolardan yayın içerikleri anlamında da farklılıklar göstermelidir. Yayın içeriğini belirleyen temel esas hedef kitle ve yayın politikasıdır. Yerel radyolarda hedef kitle kesinlik gösterecek şekilde belirgin olmalıdır. Yayın kuruluşu hedef kitlenin özelliklerini, beğenilerini, beklentilerini, alışkanlıklarını sadece ana hatlarıyla değil ayrıntılarıyla bilebilmelidir. Sadece yerel radyolar için değil bütün radyolar için önemli olan bu konu yerel radyolar için ayrı bir önem içermektedir.

Alan araştırmasına katılan yerel radyoların sormacaya verdikleri yanıtlara göre hedef kitleleri aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır :

Tablo 7 : Yerel radyoların hedef kitleleri

Hedef Kitle	Radyo Sayısı	Oran%
Genel	119	89,48
Üniversite Öğrencileri	8	6,02
Gençler	2	1,50
Esnaf	1	0,75
Diğer ¹⁷⁷	3	2,25
Toplam	133	100

Üniversite öğrencilerine yayın yapan radyoların 5 tanesi zaten üniversite radyosudur. Yani bu radyolar hedef kitlelerini iyi belirlemişlerdir. Esnaflara yayın yapan radyo ise Etnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu TESK'in önce Tesk FM adıyla kurduğu bugün 'Sizin Radyo' adıyla yayın yapan radyosudur. Onun dışında belirgin olarak hedef izleyici kitle olarak alım gücü ayrı iki kategori oluşturmuş durumdadır. Üniversite öğrencileri ve gençler de bir hedef izleyici kitle belirteci olabilir. Gerçi yerel radyo için bu gençler belirtecinin bile daha ayrıntılı hale getirilmesi gerekir. Türkiye'deki yerel radyolarda hedef kitle belirlemede bir bilinçlilik söz konusu değildir. Genel hedef kitle kategorisinde topladığım, radyo sahiplerinin sormacaya verdikleri yanıtlardaki hedef kitle nitelemeleri şöyledir: "Herkes", "Her yaş grup",

¹⁷⁷ Bu gruba, radyo sahiplerinin kendi radyolarının hedef kitlelerini ifade ederken belirttikleri orta ve alt gelir dinleyici grubu, elit dinleyici grubu, meslek sahibi, alım gücü yüksek dinleyici grubu dahil edilmiştir. Aslında hedef kitle nitelemesi yaparken bu şekilde bir ayırım yanlış olmakla birlikte alan araştırmasına katılan radyo sahiplerinin kendi ifadesi olduğundan tabloda yer verilmiştir.

“Her yaş her zevk”, “Arabesk kültür hariç hepsi”, “18-50 yaş arası”, “7’den 70’e herkes”, “17-45 yaş arası”, “15-40 yaş arası”, “11-50 yaş arası”, “20 yaş üstü”, “Ayrımcılık yapmadan herkese sesleniyoruz”, “Çeşitli programlarla herkese her zevke seslenebiliyoruz”.

Bu nitelgeler hedef kitle belirlemedeki bilinçsizliğin bir göstergesi olmaktadır. Yaş grubunun bir belirleme kategorisi olarak kullanıldığını görüyoruz ama yaş gruplarındaki çeşitlilik, genişlilik bunun bile bilinçli değil, rasgele belirlendiğini göstermektedir. Bu temel seçicilikteki bilinç düzeyi program içeriklerine de yansımakta ve yerel radyolar gerek program çeşitliliği gerekse program içeriği olarak ulusal radyolara alternatif olabilmek yerine sadece onların taklitçisi olabilmektedirler.

Radyoların program içeriklerinde en çok kadınlara ve gençlere yönelik konuları görüyoruz. Radyolar % 100’lük bir oranda kadını ilgilendiren konulara yer vermektedir. Burada kadın ağırlıkla ev kadını olarak ele alınmış, çalışan kadınların ise anne kimliği ön planda tutulmuştur. Yine radyoların hepsi gençleri çekebilecek konulara mutlaka yer vermektedirler. Çalışanlar, serbest meslek sahipleri, şoförler gibi ulusal radyolarda da yer bulabilen daha çok genel karakterli dinleyiciler yerel radyoların da program içeriklerinde yer almaktadır. Alan araştırmasına katılan radyoların sadece 8 ‘inde çocuk programları yer almaktadır. Bu sekiz radyo içerisinde çocuk programlarının ağırlığı, 840 dk/hafta ile %1 dir. Alan araştırmasına katılan 133 radyodan 8’i ise dini içerikli yayın yapmaktadır. Bunun yanında eşcinsel, transseksüel gibi toplum içinde radikal olarak kabul edilen cinsel tercih sahibi kişiler, çerkez, tatar, laz, kürd gibi milliyet farklılıkları ancak DJ’lerin yaptıkları parodilerde

şive ya da karakter olarak görülmektedir. Yerel radyolarda program ağırlığı olarak DJ programları %53,2 lik bir yer tutmaktadır. Yayının yarıdan fazla ağırlığını çeken bu programların içeriği şöyledir:

Tablo 8 : DJ programları içerikleri

Program İçerikleri	Süre (dk/hafta)	Oran %
Müzik	534.892	75
Telefon Bağlantısı	35.660	5
Kültür Sanat	14.263	2
Eğitici konular	71.320	10
Gündemdeki olaylar	35.660	5
Genel Konular	21.395	3
Toplam	713.190	100

Radyo programlarında radikal eğilimlerin, radikal siyasi görüşlerin yer almamasında yasaların ve genel ahlaki değerlerin etkisi olmakla birlikte, radyo sahiplerinin yayın politikasını belirlemede doğrudan etkili olmaları da önemli bir etkindir. Radyoların sahiplerinin bir kısmı sadece kendisi politikaların saptanmasında etkili olurken bir kısmı da yayınla ilgili kararları bir kurula bırakmıştır.

Radyo sahiplerinin radyolarındaki yayın politikalarına etkisi şöyledir:

Tablo 9 : Yerel radyolarda yayın politikasını belirleyen karar mercii

Karar Mercii	Radyo Sayısı	Oran %
Radyo sahibi	68	51
Yayın kurulu	11	8
Radyo sahibi ile birlikte yayın kurulu	54	41
Toplam	133	100

Radyo sahiplerinin yayın politikasına doğrudan etki etmesi, sistemin demokratikleşmesi için temel kıstaslardan birinin radyo sayısı değil, radyoların mülkiyetini ellerinde bulunduranların toplumsal yelpazedeki çeşitliliği olduğunu göstermektedir. Tablo 4 'de de görüldüğü gibi radyo sahiplerinin toplumsal yelpazedeki yeri çok farklı değildir. Bu durum da, farklı yapıdaki radyo örgütlenmeleri olanaksız kılmış, birbirinin kopyası bir çok radyo ortaya çıkmıştır. Yerel radyolar ulusal radyolardan farklı program türleri ve yayın içeriği geliştirmek yerine ulusal radyoları taklit etme yolunu seçmiştir.

Yerel radyolardaki genel program türü şöyledir:

Tablo 10 : Yerel radyolarda yapılan program türleri

Program Türü	Süre (dk/hafta)	Oran %
Müzik Programları	327.166	24,4
DJ Programları	713.190	53,2
Sohbet Programları	147.455	11,0
Kültür Sanat Programları	28.153	2,1
Haber Bültenleri	34.846	2,6
Haber Programları	22.710	1,7
Reklam	67.120	5,0
Toplam	1.340.640	100

Burada çeşitlilik olarak belirttiğimiz program türleri aslında bir radyo programı niteliğinde hazırlanmamaktadır. DJ programları söz programları olarak kabul edilirken, müzik programları da açıklamalı müzik programı olarak değil, çoğunlukla müzik parçalarının peş peşe yayınlanmasından oluşmaktadır. Program formatında hazırlanmış bir müzik programını (açıklamalı müzik programı) yerel radyolarda görmek pek mümkün değildir. Ayrıca yerel radyolarda sohbet programları adı altında ayrı bir program türü karşımıza çıkmaktadır. Bir biçim olabilecek yapının bir tür olarak görülmesi yerel radyoların program türündeki kısırlığının ayrı bir göstergesidir. DJ programları içindeki stüdyo konuklarıyla

yapılan sohbetler (bazı radyolar telefon bağlantılarını da bu sohbet programı kapsamına katmaktadır) ayrı bir program türü yapıyormuş gibi anlatılmaktadır. Kültür sanat programları da ayrı bir program formatıyla değil, DJ'lerin müzik aralarında verdiği sinema, tiyatro haberleri, bir kitaptan okudukları pasajlar, okudukları bir şiir, kültür sanat programları olarak tanımlanmaktadır. Haber programları da genellikle günün gazetelerinden okunan başlıklar ve borsa yorumlarıyla sınırlı kalmaktadır. Yerelliğin gerektirdiği bir program çeşitliliğini görmemekteyiz. Yerel radyoların yerelliği sadece DJ'in şivesinde ve telefon bağlantılarının suya sabuna dokunmayan konuşmalarında sınırlı kalmaktadır.

Yerel radyoların ulusal radyolara alternatif oluşturması gereken asıl konu haber üretimi ve haber kaynaklarının farklılığında yatmaktadır. Ama yerel radyolar bu konuda da bir alternatif oluşturamamaktadırlar.

Yerel radyoların kullandıkları haber kaynakları

Yerel radyoların haber kaynaklarında ağırlığı ulusal gazeteler, televizyonlar ve haber ajansları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına giren 133 radyonun %100'ü haber kaynağı olarak Hürriyet, Milliyet, Sabah, Türkiye, Zaman gibi ulusal gazeteleri kullanmaktadır. Yine bu radyoların hepsi ulusal televizyon kanallarını haber kaynağı olarak kullanmanın yanısıra teleteks de kullanmaktadır. Yerel radyoların yine hepsi yerel gazeteleri de muhakkak radyolarında bulundurmaktadır. Bu radyolar tüm bunların yanında aynı zamanda kendi muhabirleri aracılığıyla da haber yapmaktadır. 15 radyo ise hem muhabir kullanmakta, hem gazete ve televizyonlardan yararlanmakta hem de bir haber ajansına üye bulunmaktadır.

Burada 133 yerel radyodan 75'i, kendi muhabirini haber kaynağı olarak göstermiştir ama haber içeriğine ve haber yapım usullerine baktığımızda bu radyolardan hiçbirinin profesyonel anlamda bir muhabir bulundurmadığını, muhabir olarak adlandırılan görevlilerin büyük çoğunlukla diğer haber kaynaklarından (ajans, gazete, televizyon) alınan haberleri yazmakla görevli olduklarını anlıyoruz. Özel haber verme sıklığına ilişkin bir soruya ise 14 radyo zaman zaman, 24 radyo ise gerektiğinde cevabını vermiştir. Bu yanıtların pek samimi olmadığı radyoların haber bülteni içeriklerinde ortaya çıkmaktadır.

Radyoların hedef kitle belirleme konusundaki bilinçsizliklerinin haber bülteni içeriklerinin belirlenmesiyle paralellik göstermesi beklenen bir durumdur. Gerçekten de radyoların bir haber sırası önceliği yoktur. Valilik ya da belediye duyuruları dışında yerel haberler ancak o yöredeki olağanüstü durumlarda olmakta, bunun dışında ulusal radyoların ve televizyonların haber öncelikleri de yerel radyoların haber bültenlerine yansımaktadır. Filistin'de olan bir çatışmayı veren yerel radyo, aynı gün o yörede olan bir trafik kazasını, ya da olağan bir vefat haberini bültenlerine yansıtmamaktadır. Haber hazırlama ve sunma anlayışında ulusal istasyonları taklit hastalığı yerel radyoları yerel olmaktan uzaklaştırmaktadır. Yerel radyoların haber önceliğinde o yörenin haberleri olağanüstü durumlar dışında ilk sırayı almalıdır. Oysa araştırmaya katılan 133 yerel radyonun haber bültenleri haber önceliği açısından ulusal kanallarla paralellik göstermektedir. Manisa'da yayın yapan Yıldız FM'in 23 Kasım 1999 tarihindeki ve yukarıda metni verilmiş olan haber bülteni Türkiye'deki hemen her radyoda rahatlıkla yayınlanabilecek bir genellik içermektedir.

SONUÇ

Avrupa Konseyi 1991 yılında yerel radyoların durumu ile ilgili bir karar almıştır. Konsey aldığı bu 957 sayılı kararda anlatım ve haberleşme özgürlüğünün Avrupa İnsan Hakları Konvensiyonu'nun 10. maddesi ile güvence altına alınan insan haklarından birisi olduğunu belirterek kültürün gelişmesi ve özgür düşüncenin oluşmasında radyo ve televizyonun rolü üzerinde durmakta, yerel radyoların anlatım ve haberleşme özgürlüğü hizmetinde, kültürün gelişmesinde, düşüncelerin özgür oluşumunda ve tartışılmasında özel yeri olduğunu belirtmektedir.¹⁷⁸

Konsey, şimdiye kadar yerel radyolara izin vermemiş üye devletlerin bunu sağlaması gerektiğini, yapılacak bir düzenleme ile yerel radyolara ayrı bir statü tanınması gerektiğini ve bu düzenlemede objektiflik, haber, kültür ve eğlence çeşitliliği ve yayınlanan düşüncelerde çoğulculuk noktalarına dikkat edilerek, nicelikten çok nitelik frekans tahsisinde koşul olarak aranmalıdır önerisini yapmaktadır. Kararda, yerel radyoların siyasal iktidarın yanısıra, yazılı basın, yayınevleri ve finans grupları karşısında da bağımsız kılınmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Bunun yanısıra yerel radyoların ne düzeyde olursa olsun yayın tekeli kurmaları engellenmeli, bağımsızlıklarının sürmesi ve korunması için parasal kaynaklarında çeşitlilik sağlanması görüşü savunulmaktadır.

Avrupa Konseyi'nin yerel radyolarla ilgili olarak almış olduğu bu karar da yerel radyoların sistemin demokratikleşmesinde ne denli önemli bir yer tuttuğunu

¹⁷⁸ Sezer, AKARCALI, Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci, Ankara, 1997, s.193.

göstermektedir. Yerel radyolar sistemin demokratikleşmesinde önemlidir çünkü, kuruluş ve üretim maliyetleri açısından en ekonomik ve en uygun kitle iletişim aracıdır. Ayrıca yayınlara ulaşılabilirliğin kolaylığı da radyoları diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha cazip kılmaktadır.

Yerel radyoların demokratik işlevlerini yerine getirebilmeleri onların gerçek anlamda yerel olabilmelerinde yatar. Bu sadece coğrafi anlamda bir yerellik değildir. Yapısal anlamda da yerel olabilmenin koşullarının sağlanmış olması gerekir. Yerel radyolar öncelikle ulusal radyoların bir alternatifi olmak zorundadır. Bu alternatiflik kuruluş şeklinden işletme yöntemine, program çeşitliliğinden haber içeriklerine değin her yönde gerçekleşebilmelidir. Avrupa Konseyi bu nedenle raporunda yerel radyoların kuruluşu için özel statü önermiştir. Yerel radyoları kar amaçlı ticari radyolarla aynı yapıda örgütlemek zaten işin başında yerel yayıncılığı öldürmek anlamını taşır.

Türkiye'deki radyo-televizyon yayınlarını düzenleyen 3984 sayılı yasa hem bu özellikte hükümler taşır, hem de yerel yayıncılığı yasaklayan hükümler içerir. Yasa öncelikle yerel nitelikte yayın yapabilecek belediyeler, dernekler, vakıflar gibi kurumların yayın yapmasını yasaklamış, kurulacak bütün radyo televizyon kuruluşlarının anonim şirket statüsünde olması zorunluluğunu getirerek de üniversitelerin yayın yapabilmesini olanaksız hale getirmiş, kurulması muhtemel topluluk radyolarının kurulabilmesini de zorlaştırmıştır. Türkiye'de 28 Nisan 1995 tarihi itibarıyla 36 ulusal, 108 bölgesel ve 1055 yerel radyo kuruluşu yayın izni için Radyo Televizyon Üst Kurulu'na başvurmuştur. Bugün bu radyoların bazıları el değiştirmiş bazıları ise yayın yapmamaktadır ama büyük kısmı yayın hayatını

sürdürmektedir. Kaç radyonun yayın hayatını sürdürdüğüne ilişkin kayıtlar bugün ne Radyo Televizyon Üst Kurulu'nda, ne de İçişleri Bakanlığı'nda mevcuttur. Bu radyolardan yasaların boşluklarından yararlanarak kurulmuş olan üniversite, dernek ve meslek odalarına ait radyolar ile cemaat radyolarını ayrı tutarsak gerek ulusal, gerek bölgesel, gerekse yerel bütün radyolar karbon kağıdı konulmuş gibi birbirinin aynı nitelikler göstermektedir. En önemli farkları çaldıkları müziklerin çeşidinde ve DJ'lerinin üslubunda olmaktadır. Oysa yerel radyolar program içerikleri, haber öncelikleri açısından diğerlerinden farklılıklar göstermelidir. Yerel radyolarda merkezdeki politikacıların demeçleri yerine o yörenin belediye başkanlarının, belediye meclis üyelerinin ya da muhtarların sözleri öncelik bulmalıdır. Galatasaray'ın ya da Fenerbahçe'nin maç programları yerine o yöredeki okul ya da mahalle takımlarının birbiriyle yaptıkları maçlar öncelik bulmalıdır. Bir mahallede patlayan kanalizasyon, akmayan su, şehrin sakinlerinden birinin vefat haberi yerel radyonun haber önceliği olmalıdır. Yöre insanı o radyoda kendi sesini, kendi sorunlarını duyabilmelidir. Yerel radyolar sadece bir yörede yaşayan insanların değil ortak düşünce ve değerlere sahip insanların da seslerini duyurabildikleri, kültürel değerlerini, düşüncelerini yansıtabildikleri yayın kuruluşlarıdır. Bugün Türkiye'de farklı dillerde yayın yapmak da yasal olarak olanaksızdır. Türkçe dışında ancak Fransızca, İngilizce, Almanca gibi beynelmilel dillerde yayın yapılabilmekte, yerel dillerde yayın yapabilmek mümkün olamamaktadır. Türkiye, yayın alanını düzenleyen 3984 sayılı yasada yer alan ve almayan hükümlerle bugün, sadece coğrafi özellikler açısından ve ticari amaçlı yapıdaki yerel yayınlara izin veren bir kitle iletişim sistemine sahiptir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKARCALI, Sezer, Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci, Ankara, 1997.

ALEMDAR, Korkmaz – ERDOĞAN, İrfan, Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları, Ankara, 1998.

ALTHUSSER, Louis, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.

ATEŞ, Toktamış, Demokrasi, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994.

AZİZ, Aysel – ÖNEN, Mesut, Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni: Özgür, Özerk ve Çoğulcu Bir Alternatif, TUSES ve İLAD Yayınları, Ankara, 1994.

AZİZ, Aysel, Radyo ve Televizyona Giriş, Ankara Üniversitesi SBF Yayınları, Ankara, 1981.

AZİZ, Aysel, Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara, 1996.

CANKAYA, Özden, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1997.

ÇAM, Esat, Siyaset Bilimine Giriş, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 1977.

ÇAPLI, Bülent, Televizyon ve Siyasal Sistem, İmge Yayınları, Ekim 1995.

FİSKE, John, İletişim Çalışmalarına Giriş, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1996 (Çev. Süleyman İrvan).

İNAL, M.Ayşe, Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996.

KEANE, John, Medya ve Demokrasi, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1992 (Çeviren: Haluk Şahin).

KIŞLALI, Ahmet Taner, Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi, Ankara, 1987.

KOCABAŞOĞLU, Uygur, Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna, Ankara Üniversitesi, Ankara, 1981.

KÖKER, Levent, Demokrasi Üzerine Yazılar, İmge Kitapevi, Ankara, 1992.

LİPSET, Seymour Martin, Siyasal İnsan, Teori Yayınları, Ankara, 1986 (Çeviren Mete Tunçay).

MUTLU, Erol, Televizyon ve Toplum, TRT, Ankara, 1999.

SARTORI, Giovanni, Demokrasi Teorisine Geri Dönüş, Yetkin Yayınları, Ankara, 1993 (Çeviren: Tuncer Karamustafaoğlu – Mehmet Turhan).

TAŞER, Cengiz, Radyonun Organizasyonu ve Özerkliği, TRT Basılı Yayınları, Ankara, 1969.

MAKALELER

AKARCALI, Sezer, “Uluslararası Radyo Yayınlarının Teknik ve İçerik Düzenlenmesi”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1989-1990, Ankara, 1991, s.219-228.

AKARCALI, Sezer, “Radyonun Dayanılmaz Hafifliği”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık, 1992, Ankara, 1993, s.1-8.

AKARCALI, Sezer, “Uluslararası İletişimde Propaganda ve İdeoloji”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık, 1994, Ankara, 1997, s.65-72.

- ALANKUŞ, Sevdâ, “Yerellikler, Yerelliğin İmkanları ve Yerel Medya”, Global Yerel Eksende Türkiye, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000 (Derleyenler: E.Fuat Keyman – Ali Yaşar Sarıbay), s.295-330.
- AZİZ, Aysel, “TRT ve Siyasal Yapı İlişkisi”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1992, Ankara, 1993, s.45-60.
- AZİZ, Aysel, “3984 Sayılı Radyo Televizyon Yasası”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1993, Ankara, 1994, s.25-89.
- CURRAN, James, “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1993, Ankara, 1994, (Çeviren: Süleyman İrvan), s.215-243.
- CURRAN, James, “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Bıçme”, Medya Kültür Siyaset, Ankara, 1997 (Derleyen ve Çeviren: Süleyman İrvan), s.139-197
- GUREVİTCH, Michael – BLUMLER, Jay G., Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler, Medya Kültür Siyaset, Ankara, 1997 (Derleyen ve Çeviren: Süleyman İrvan), s. 199-219.
- HALL, Stuart, “İdeoloji Başat Kapitalist Düzen İçin Ne Yapar?”, Medya İktidar İdeoloji, Ark Yayınevi, Ankara, 1994 (Derleyen ve çeviren : Mehmet Küçük), s.195-209.
- İNAL, Ayşe, “Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1993, Ankara, 1994, s.155-177.
- İRVAN, Süleyman, “Demokratik Sistemde Medyanın Rolü”, Birikim Dergisi, Sayı 68-69, Aralık 1994-Ocak 1995, s.76-83.
- KEJANLIOĞLU, Beybin, “Medya, İktidar, İdeoloji”, Birikim Dergisi, Sayı 64, Ağustos 1994, s.71-77.

- KEJANLIOĞLU, Beybin, “Kamusal Alan, Televizyon ve Siyaset Meydanı”, Birikim Dergisi, Sayı 68-69, Aralık 1994-Ocak 1995, s.39-64.
- MUTLU, Erol, “İletişim Çalışmaları Alanına Aykırı Bir Bakış”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1994, Ankara, 1997, s.165-179.
- NİCHOLAS, Garnham, “Medya ve Kamusal Alan”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1994, Ankara, 1997, (Çev. Sevda Alankuş Kural - Hakan Tuncel Kural), s.275-288.
- ÖZBEK, Meral, “İletişim Araçları Üzerine Bir Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1989-1990, Ankara, 1991, s.229-253.
- SHOEMAKER, Pamela – REESE, Stephen D., “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, Medya Kültür Siyaset, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1997 (Derleyen : Süleyman İrvan), s. 99-136.
- THOMSON, John B., “Kamusal Alanın Dönüşümü”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1994, Ankara, 1997, (Çev. Sevda Alankuş Kural), s.241-262.
- TİMİSİ, Nilüfer, “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1997-1998, s.1-30.

RAPORLAR – BİLDİRİLER VE SEMİNERLER

- AKARCALI, Sezer, “Yeni Radyo Televizyon Yasasında Yerel Radyolar Nasıl Düzenlenmelidir?”, Rapor, TDV, Ankara, 1993.
- AZİZ, Aysel, “RTYK’nun 21 Kasım 1990 Tarihli Özel Radyo ve Televizyona İlişkin Raporu Hakkında Değerlendirme”, Bildiri, İLAD Paneli, İstanbul, 19 Ocak 1991.

İNAL, Ayşe, “Habercilik Anlayışları, Alternatif Haber Üretim Süreçleri”, Seminer, Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi, Ankara Üniversitesi İLEF, Ankara, 11-12 Ekim 1997.

KURAL, Sevdâ, Alankuş, “Globalleşme ve Yerelleşme ve Yerel Medya”, Seminer, Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi, Ankara Üniversitesi İLEF, Ankara, 11-12 Ekim 1997.

MUTLU, Erol, “Yerel Basın ve Demokrasi”, Bildiri, II. Yerel Medya Eğitim Semineri, Trabzon, 11-13 Haziran 1998.

SOYSAL, Mümtaz, “Radyo ve Televizyon Tekeli: Sorunlar ve Seçenekler”, Bildiri, Ankara Üniversitesi BYYO Paneli, Ankara, 8 Ocak 1993.

ŞAKİROĞLU, Selami, “Fransa’da Yerel Radyo Yayıncılığı”, Ulusal Konferans, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm İçin Biraraya Gelme Olanakları, Ankara, 3-4 Mayıs 1997 (Derleyenler : Nadire Mater, Ertuğrul Kürkçü).

TİMİŞİ, Nilüfer, “Dünyada Yerel Medya Örnekleri ve Sistemleri”, Seminer, Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi, Ankara Üniversitesi İLEF, Ankara, 11-12 Ekim 1997.

TEZLER

AKARCALI, Sezer, Propaganda Aracı Olarak Uluslararası Yayınlar, A.Ü. SBE Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 1989.

ÇELİK, Sibel, TRT Haber Dairesinin Örgütsel Yapısının Haberin Kuruluşuna Etkisi, A.Ü. SBE Radyo-Televizyon-Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1999.

KELEŞ, Çiler, İdeolojik İnşaa Sürecinin Çözümlemesi: Medya ve Özelleştirme, A.Ü. SBE Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1997.

MUTLU, Erol, Karşılaştırmalı Televizyon Sistemleri ve Televizyon Yapımcılarının Mesleki Eğilimleri, A.Ü. SBE Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 1986.

TİMİSİ, Nilüfer, Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi: İnternet Ortamında Kamusal Katılım, A.Ü. SBE Radyo-Televizyon-Sinema Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 1999.

YÜCE, Erman, Kapitalizm ve Medya: Kapitalizmin Yeniden Yapılanması Bağlamında TRT'nin Yayın Tekelinin Kaldırılması, A.Ü. SBE Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1999.

DİĞER KAYNAKLAR

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yönetmelikler ve Tebliğler, RTÜK, Ankara, 1996.

Avrupa Konseyi'nin Yerel Radyoların Durumu İle İlgili 957 Sayılı Kararı.

EK : ALAN ARAŞTIRMASINDA KULLANILAN SORMACANIN SORULARI

Yayın Kuruluşunun adı:

Yayın yaptığı yer(İl/İlçe):

Telefon ve faks numarası:

e-mail adresi:

Yayın frekansı:

Günlük yayın saati:

Antene çıktığı yer:

Yayın alanı:

Verici gücü:

Bağlı bulunduğu şirket:

Radyonun

Haftalık canlı yayın saat toplamı:

Haftalık bant yayın saat toplamı:

Haftalık müzik programları saat toplamı:

Haftalık DJ programları saat toplamı:

DJ programları içerikleri:

Haftalık söz programları saat toplamı:

Söz programları içerikleri :

Günlük haber bülteni sayısı:

Günlük haber saatleri:

Günlük haber bülteni içeriği:

Söz programlarının türleri ve dağılımı:

Müzik türü ve dağılımı:

Haber kaynakları:

Radyonun yayın politikasını kimler belirliyor

Hedef izleyici kitle profili:

Programcı/spiker/DJ/Muhabir sayısı:

Reklamcı sayısı:

Diğer personel sayısı:

Ücretli çalışan personel sayısı:

Ücretsiz çalışan personelin mahiyeti:

Stüdyo sayısı:

Stüdyo standardı:

Stüdyo türü ve kullanım amacı:

Teknik Donanım:

Yayının türü (Dijital/Analog)

Mikser ve mikser kanal sayısı:

Teyp sayısı:

CD Player sayısı:

MD/Dat/Makara teyp sayısı:

Bilgisayar sayısı:

Bilgisayar kullanım amacı:

Link sayısı:

Reklam veren müşteri profili:

Radyo Ortaklarının:

Adı:

Cinsiyeti:

Medeni hali:

Doğum yeri/ tarihi:

Nüfusa kayıtlı olduğu yer:

Kaç yıldır burada oturduğu:

Radyoda görev yapıp yapmadığı:

Yapıyorsa görevi:

Yayıncılık dışında yaptığı işler:

Bağlı bulunduğu oda:

Eğitim durumu:

Okuduğu gazete:

Okuduğu dergi:

Seyrettiği tv kanalı:

Dinlediği müzik türü:

Radyo çalışanlarının:

Adı:

Cinsiyeti/Medeni hali:

Doğum yeri/tarihi:

Nüfusa kayıtlı olduğu yer:

Kaç yıldır burada oturduğu:

Yayıncılık dışında yaptığı işler var mı:

Ücretli mi/gönüllü mü:

Ücret almamasının nedeni:

Eğitim durumu:

Radyodaki görevi:

Okuduğu gazete:

Okuduğu dergi:

Seyrettiği tv kanalı:

Dinlediği müzik türü:

T.C. İSTANBUL İLİ KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
DOKÜMANTASYON BİREKLE