

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

RADYONUN YAPISAL DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE HABERCİLİK ANLAYIŞI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ

Hazırlayan
Selçuk ULUTAŞ
024223001001

KONYA - 2009

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iv
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU.....	v
ÖNSÖZ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
KISALTMALAR.....	ix
PROBLEM.....	3
AMAÇ	5
VARSAYIMLAR	6
ÖNEM.....	6
TANIMLAR	7
.....	7

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYEDE VE DÜNYADA RADYONUN TARİHİ SÜRECİ VE RADYO HABERCİLİĞİ

1.1.Tarihi Süreçte Radyo	8
1.1.1. Dünyada Radyonun Tarihi.....	8
1.1.1.1.Radyonun Bulunuşu.....	8
1.1.1.2. İlk Radyo Yayınları	9
1.1.1.3.Radyo Etkisi.....	11
1.1.2. Türkiye’de Radyonun Tarihi	14
1.1.2.1.Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi.....	15
1.1.2.2. Devlet Tekeli.....	20
1.1.2.3. TRT Dönemi	24
1.1.2.4. Özel Radyolar	29
1.2. Radyo Haberciliği	32
1.2.1. Radyo Haberciliğinin Tarihi	33
1.2.2. Türkiye’de Radyo Haberciliğinin Tarihi	38
1.2.3. Radyo Haberi	42

1.2.3.1. Radyo Haber Metinleri	42
1.2.3.2. Radyo Haberi Hızlılık Ve Ulaşılabilirlik	43
1.2.3.3. Radyo Haberlerinin Oluşturulma Süreci.....	44

İKİNCİ BÖLÜM

İDEOLOJİ, RADYO VE RADYO HABERLERİ

2.1. Medya Ve Toplum İlişkisine Bakış	45
2.1.1. Ana Akım.....	45
2.1.1.1. Chicago Okulu	46
2.1.1.2. Görgü Bilimci Nicel Medya Araştırmaları	47
2.1.2. Eleştirel Yaklaşımlar.....	48
2.1.2.1. Frankfurt Okulu	49
2.1.2.2. İngiliz Kültürel Çalışmaları	50
2.1.2.3. Yapısalcı Dil Bilim Ve Gösterge Bilim.....	51
2.1.3. Medya Ve İdeoloji	53
2.1.3.1. İdeoloji	53
2.1.3.2. Medyanın İdeolojik Yönü.....	59
2.2. Radyodaki Ve Radyo Haberlerindeki Değişikliklerin Nedenleri Ve İdeolojik Yönleri	64
2.2.1 Üretim İlişkilerinin Yeniden Üretimi Ve Radyo	64
2.2.2. Popüler Kültür Ve “Yeni” Radyo	70
2.2.2.1. Kültür	71
2.2.2.2. Popüler Kültür.....	72
2.2.2.3. Popüler Müzik.....	76
2.2.3. Değişen Radyonun “Yeni” İdeolojik İşlevi	77
2.2.4. Gündem Belirleme Aracı Olan Radyonun “Yeni” Gündemi.....	89
2.2.4.1. Gündem.....	89
2.2.4.2. Medya Gündemi	89
2.2.4.3. Kamu Gündemi.....	89
2.2.4.4. Radyonun Yeni Gündemi	90
2.2.4.5. İletişimsel Eylem, Medya Kamusu Ve Radyo.....	95
2.3. Radyo Haberlerinin Özellikleri.....	100
2.3.1. Radyo Haberi Ve Eğlence.....	100

2.3.2. Radyo Haberlerinde Gerçeklik	103
2.3.2.1. Ses Ve Anlam	103
2.3.2.2. Radyo Haberleri Ve Söz	105
2.3.2.3. Radyo Haberinde Öykülendirme	108

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE ÖZEL RADYO İSTASYONLARININ HABERE YAKLAŞIMI

3.1. Günümüzde Türkiye’de Radyo Haberciliği.....	111
3.1.1. Ticari Radyoların Günümüzde Habere Yaklaşımları	113
3.1.1.1. Pal FM.....	113
3.1.1.2. Radyo Tatlıses.....	113
3.1.1.3. Radyo Klas ve Numberone FM	114
3.1.1.4. Radyo Mydonose	114
3.1.1.5. Show Radyo, Radyo 5 ve Radyo Viva	114
3.1.1.6. Alem FM.....	115
3.1.1.7. Best FM.....	115
3.1.1.8. Turkuvaz Radyo.....	115
3.1.1.9. Power Türk, Power FM, Power XL ve Radyo Fenomen.....	115
3.1.1.10. Radyo D, Slow Türk ve Radyo Moda.....	116
3.1.1.11. Radyo Vatan	116
3.1.1.12. Dünya Radyo	116
3.1.1.13. Kral FM, Radyo Virgin, Radyo Eksen, Radyo Voyage.....	117
3.1.1.14. Süper FM, Metro FM, Joy FM, Joy Türk	117
3.1.1.15. İstanbul FM.....	118
3.1.1.16. Görüşmelerden Çıkan Genel Sonuç.....	118
SONUÇ	119
KAYNAKÇA.....	126
EKLER.....	141
ÖZGEÇMİŞ	142

Ek- 7: Bilimsel Etik Sayfası



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

**BİLİMSEL ETİK SAYFASI**

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
Selçuk ULUTAŞ

Ek- 1: Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Selçuk Ulutaş tarafından hazırlanan Radyo'nun Yapısal Dönüşüm Sürecinde Habercilik Anlayışı başlıklı bu çalışma 31/07/2009 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Meral Serarslan

Yrd. Doç. Dr. Hasret Aktaş

Yrd. Doç. Dr. Mete Kazaz

ÖNSÖZ

Dünyanın en önemli kitle iletişim araçlarından olan radyo 20. ve 21. yüzyılda medya etkisini gözler önüne seren en önemli aktörlerdendir. Radyonun tarihi sürecinde toplumları etkilemek için kullanıldığı ise bilinen bir gerçek olarak karşımıza çıkar. Günümüzde ise radyonun geçmişine nazaran etki alanı daralmış olmasına rağmen hala tarihi sürecindeki misyonunu yapısal değişimler geçirirse de devam ettirmektedir.

Radyo teknolojik yapısı gereği hala günümüzün en önemli haber araçları arasındaki yerini korurken, uygulamaya bakıldığında ise radyo yayıncılığı adına bir çok türün kaybolduğu bir ortamda radyo haberciliği de büyük bir değişim yaşamıştır. Tüm bu değişimlerin toplumsal üretim ilişkileri ile bağlantılı olduğu savunulan ve toplumsal yapı ile birlikte dönmek durumunda olan radyonun ve bağlantılı olarak radyo haberciliğini “değişim ve dönüşüm” süreci bu çalışmada anlatılmıştır.

Yoğun bir hazırlanma ve uzun bir süreç sonrasında ortaya çıkartılan bu çalışma ile radyo yayıncılığı adına araştırma yapan kişilere, küçük olsa da bir fayda sağlayabilmek çalışmanın amacına ulaştığının diğer bir kanıtı olacaktır.

Bu çalışmada tüm manevi desteğini benden esirgemeyen ve bilgi birikimini benimle paylaşan tez danışmanım ve değerli hocam Yrd. Doç. DR. Mete Kazaz’ a,

Her zaman her türlü desteğini hissettiğim ve radyo yayıncılığı ile ilgili çok şey öğrendiğim sevgili hocam Yrd. Doç. Dr. Hasret Aktaş’a

Yaşamımda ve bu çalışmada fikirlerini, maddi ve manevi desteklerini sürekli göstererek hep yanımda olan Ar.Gör. Murat Aytaş, Ar.Gör. Serhat Koca, Ar.Gör. Kazım Tolga Gürel’e, ve Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencileri Selma Ulusoy ve Oben Öncel’e,

Çalışmaya destek olan Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Emre Kabakcı, Emre Emre Karataş, Fırat Çetin, Deniz Yıldız ve diğer arkadaşlara,

Hayati kararlarımda hep yanımda olan Ulutaş Ailesi’ne

Ve manevi desteğini hiç eksik etmeyen sevgili Fatih Ayaslıer’e ve sevgili Oğuzhan Akın’a teşekkürlerimi sunarım

İyi ki varsınız....

Ek- 2: Türkçe Özet Formu



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Selçuk ULUTAŞ	Numarası: 02423001001
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon	Radyo Televizyon
	Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ	
Tezin Adı		Radyo'nun Yapısal Dönüşüm Sürecinde Habercilik Anlayışı	

ÖZET

Radyo tarihi sürecinin başlangıcından bu yana kitle iletişim açısından son derece kilit bir rol oynamıştır. Örneğin çok iyi bir propaganda aracıdır ve tarihte radyonun propaganda amaçlı kullanımı ile ilgili oldukça fazla örnek vardır. Büyük kitlelere çok hızlı bir şekilde seslenme fırsatı sunan radyo toplumsal yapının 20. yüzyılda ekonomik ve buna bağlı kültürel değişimi doğrultusunda etkinliğini devam ettire bilmek için sosyal yapıyla birlikte sürekli bir değişim göstermiştir. Bu değişim süreci elbette ki bir çok durumdan etkilenmiştir ve kitle iletişiminde hükümetlerin özel kanallara izin vermesiyle birlikte değişiklik daha fazla hissedilir olmuştur.

Bu çalışmada radyonun tarihi sürecindeki yapısal değişiminin ve yine bu süreçte üstlendiği ideolojik görevinin günümüzde nasıl işlediği ; bunun sebep ve sonuçları incelenmiştir. İnceleme içinde radyonun değişiminin radyo haberlerinde nasıl gerçekleştiği ve günümüzdeki radyo haberciliğinin bundan nasıl etkilendiği konusu araştırılmıştır.

Ek- 3: İngilizce Özet Formu



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Selçuk ULUTAŞ	Numarası: 02423001001
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon Radyo Televizyon	
	Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ	
Tezin İngilizce Adı		Approaching Journalism in Radio Station Structure Alteration	

SUMMARY

Radio have acted an important part for the mass communication since it began to broadcast. For instance it is an accomplished propaganda medium and there are a lot of exemplary in history about operating radio for propaganda. Radio that have allowed calling to big masses, converts constantly to sustain its powerhouse with social structure. Because, in 20'th century, social structure had altered regular because of capitalism. This alteration definitely had been affected various situations and after goverment allowed commercial broadcasting, alteration had started to occur in mass communication.

In this study, structure alteration of radio in history and in this continuum ideological function of radio how take place, subjects and conclusions are analysed. In this research, it is explained, how radio news be affected from radio's structure alteration.

KISALTMALAR

BBC: British Broadcasting Corporation

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

DP: Demokrat Parti

EG’S: Erkan Geyik İsimli Kişinin Radyo Haber Merkezleri İçin Hazırladığı Haber Havuzu

FM: Frekans Modülasyon

KGB: Sovyet Gizli Haber Alma Teşkilatı

TTTAŞ: Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi

NSDAP: Almanya Nasyonel Sosyalist İşçi Partisi

PTT: Türkiye Posta Telefon Telgraf Teşkilatı

RTÜK: Radyo Televizyon Üst Kurulu

SSCB:Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TRT FM: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Radyo 2

GİRİŞ

Kitle iletişim tarihinin en önemli araçlarından olan radyo; radyo dalgaları ile veri aktarılmasının keşfi ve telsiz telgrafın icadı ile başlayan sürecin ilerleyen dönemlerinde amatör olarak bu günkü radyo yayın anlayışının oluşmaya başladığı ilk günlerde, denemelerle haberleşme amacının dışında kitle iletişim için kullanılmaya başlanmıştır. Bu başlangıç 1900'lerin başına denk gelir ve aynı dönemde meydana gelen 1. Dünya savaşı yıllarında askeri amaçla kullanılan radyo vericileri ve telsiz telgrafla ilgili olarak savaş yıllarında teknolojik anlamda ciddi ilerlemeler sağlanmıştır. Savaş yıllarının bitimiyle beraber bu teknolojinin gelişimi için para ve emek harcayan kuruluşların da desteğiyle özellikle Amerika'da sonrasında ise Avrupa ülkelerinde radyo yayıncılığı adına son derece hızlı ve olumlu gelişmeler meydana gelmiş, bu dönemde yani 1920'lerde dünyanın ilk düzenli yayın yapan radyo istasyonları kurulmuştur. Savaş için üretilen teknolojinin savaş sonrasında satışının devamlılığın ticari olarak gerekli olması radyo yayıncılığının gelişimi adına son derece önemli bir durumu teşkil etmiştir.

Radyo yayınlarının 1920'lerde dünyanın birçok yerinde yaygınlaşmasıyla yepyeni bir kitle iletişim aracının doğmaya başladığı ve bu süreç içinde radyonun kitlelerin de ilgisi ile en önemli haber alma araçlarından biri haline geldiği görülmektedir. Aynı yıllarda ise radyonun dikkat çeken diğer bir özelliği siyasi amaçlı propagandanın en önemli parçalarından biri haline gelmesidir. İlk kez Sovyetler Birliği tarafından kitlelere yeni sosyalist sistemi anlatmak ve eğitim vermek amaçlı kullanıldıktan sonra Amerika'da ve Almanya'da sonrasında ise diğer ülkelerde gerek propaganda gerekse anti-propaganda için kullanılmıştır. Bu dönemden başlayarak radyo tarihi sürecinde ideolojilerin ve ideolojik söylem ya da eylemlerin hep odağında olmuştur. İdeolojik amaçlar için bilinçli ya da bilinçsiz kullanımıyla radyo özellikle televizyonun yaygınlaşmaya başladığı yıllara kadar çok güçlü bir etki ve ikna aracıdır. Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte kullanımı azalarak etki alanı da eskiye nazaran daralmıştır.

Türkiye'de radyo yayıncılığı ise 1926 yılında başlamıştır. Genç bir ülke olan Türkiye birçok olumsuz ekonomik koşula rağmen dünyanın bir anda ilgisini toplayan bu yeni teknolojiyi hayata geçirmeyi başarmıştır. İlk yıllarında TTTAŞ isminde özel

bir şirketin denetiminde olan radyo yayınları bu kuruluşun sözleşmesinin bitimiyle 1930'ların ortalarında devlet tekeline geçmiştir. Devletin kontrolünde 1963 yılına kadar yapılan radyo yayınları 1964 de TRT'nin kurulmasıyla özerkleşmiştir. Ancak bu özerklik ve yaratılan demokratik yayıncılık anlayışı 1972'de askeri darbe sonrasında sona ererek TRT ile kamu iktisadi kuruluşuna dönüştürülmüştür. 1990'lı yıllarda ise Türkiye'de ilk özel radyolar kurulmaya başlanmış ve radyo yayıncılığındaki değişimde hızlanmıştır.

Radyo istasyonlarında haber bültenleri ve radyo gazeteciliği düzenli yayınların başlamasıyla aynı yıllarda başlamıştır. Bu dönemde radyolar için en önemli haber kaynakları gazetelerdir. 1930'lu yıllarda radyo gazeteciliği gelişerek ayrı bir tür olmaya başlamıştır. Toplumların en önemli haber kaynakları arasında birinci sıraya bir anda yerleşen radyolarda en önemli unsurlardan biri haberdur.

Toplumsal olan her şey gibi radyo da toplumsal yapının bir parçasıdır ve tarihi sürecinde de bu yapının değişikliklerinden etkilenmiş ve yapıyı da önemli bir kitle iletişim aracı olarak etkilemiştir. Ekonomik alt yapının belirleyiciliği ile bu alt yapının süreç içinde değişimi ve gelişimiyle paralel olarak radyonun da yayın, yapım aşamalarında ve içeriklerinde belirgin değişiklikler söz konusu olmuştur. Bu çalışma içinde radyonun tarihi serüveninde, değişimin nasıl gerçekleştiği ve bunun ideolojik boyutları ele alınmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde Türkiye'de ve dünyada radyonun tarihi süreci ve radyo haberciliği başlığı altında dünyada ve Türkiye'de radyo yayıncılığı ve radyo haberciliğinin tarihi süreci ele alınmıştır.

İkinci bölümde ise ilk olarak toplum ve medya üzerine geçmiş yıllardan bu yana çalışma yapan ana akım ve eleştirel yaklaşımın genel düşüncelerine yer verilmiştir. Bunun nedeni ise değişen radyonun toplumsal rolünü ve değişim nedenlerini ortaya koyabilmek için temel hazırlamaktır. Medya ve ideoloji ile ilgili başlık altında da ideolojini medyada nasıl ve ne için işlediği gösterilmeye çalışılmıştır. Bu bölümdeki "Radyodaki Ve Radyo Haberlerindeki Değişikliklerin Nedenleri Ve İdeolojik Yönleri" başlığında ise radyonun dönüşüm süreci nedenleri ve sonuçları anlatılmıştır. Aynı zamanda radyonun günümüzdeki ideolojik boyutu ve ideolojinin nasıl işlediği bu bölümde gösterilmiştir. "Radyo Haberlerinin Özellikleri" başlığı altında ise tüm yönleriyle dönüşen ve değişen radyonun ve radyo haberlerinin

algılanışı ile ilgili temel sorunlar üzerinde durulmuştur. Bu sorunlar eğlence kavramı ile radyo haberinin eğlenceye dönüşüp dönüşmemesi yada radyo haberlerinin gösterge bilimsel incelenmesi ve radyo haberlerinde gerçeklik konuları ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bölümün, radyonun dönüşümü ile ilgili bölümün sonunda olmasının nedeni ise radyonun dönüşme nedenleri ile bu başlık altında toplananların birbirleriyle bağlantılı olmasıdır.

Üçüncü bölümde ise günümüzde Türkiye’de radyo haberciliğinin genel görüntüsü işlenmiştir. Bunun için Türkiye’deki müzik yayını yapan radyo ve en çok dinlenen ulusal ve bazı bölgesel radyo istasyonları ile tek tek görüşmeler yapılmıştır.

PROBLEM

Radyo yayıncılığının günümüzde birçok kaynağın da belirttiği gibi eğlence ağırlıklı olması ve eskiye nazaran habercilik anlayışında da ciddi değişiklikler yaşandığı açıktır. Siyasal yaşamdan uzak yayın çizgileri ile dikkati çeken genel görünüm içinde radyolar tarihi misyonları olan siyasi propagandayı bir kenara bırakarak, ideolojik olmaktan uzak bir yayın anlayışını mı benimsemişlerdir? Yoksa ideolojik olmaktan hiçbir zaman uzaklaşamadıkları gibi günümüzde de hâkim ideolojinin etkin bir aracı olarak mı faaliyet göstermektedirler?

Radyolarda günümüzde geçirdikleri yapısal değişimin sonucu olarak haber bültenlerinin süreleri eskiye nazaran çok kısalmış, ortalama bir buçuk veya iki dakikaya düşmüştür. Bülten sayıları ise ortalama beştir. Çok sayıda küçük radyoda ise haber türü tamamen ortadan kalmıştır. Tüm bunlara binaen radyolarda haber bültenlerinin ideolojik olması ya da olmaması çok bir anlam ifade etmeyecektir. İki dakikada sadece haber başlıkları spot olarak sunulabileceği gibi söylemlerde de oluşturulmaya çalışılacak ideolojik anlamları yaratmak son derece güçtür. Şuan radyolarda hâkim ideolojinin devamlılığı söylemle değil, tam olarak tüm kaynaklarda değinilen müzik kutusu olması veya eğlence aracı olmasında yatmaktadır. Bu süreç çalışmanın içinde ayrıntılı olarak işlenmiştir. Radyo toplumların yapısal değişmelerinden hemen her yönüyle etkilenmiş ve değişmiştir ancak radyo için tek

değişmeyen ideolojik olmasıdır, bu oluşun ise sadece görüntüsü değişmiş ve daha gizli ve anlaşılmaz hale gelmiştir.

20. yüzyılda toplumların gelişimleri ve değişimleri geçen yüzyıllara oranla daha süratli ve keskin gerçekleşmiştir ve 1900'lü yıllar; savaşların, devrimlerin ve toplumsal olayların dünya çapında arttığı bir yüz yıldır. Kapitalizmin tüm dünyada egemen olmaya başlamasıyla yakından ilintili olan bu süreçte teknolojik gelişimlerle beraber 20. yüzyılın başında medyada da farklı bir süreç başlamıştır. Basılı medyadan elektronik medyaya radyo ile geçiş sayesinde medya okuryazar olmayanları da kapsayan çok daha geniş kitlelere hitap eder hale gelmiştir.

Radyonun giderek yaygınlaşmasıyla tüm kitle iletişim araçlarında olduğu gibi haber verme işlevi de en önemli işlevlerinden biri haline gelmiştir. Toplumların özellikle politika başta olmak üzere dünya ya da kendi ülkelerinden habere ulaşabileceği en hızlı tek kaynak radyo olmuştur. Bu süreçte televizyon ya da internetin de henüz olmaması nedeniyle radyoların etkileri ve güçleri son derece fazladır.

İdeolojik amaçlı kullanımı ise radyo yayınlarının başladığı ilk dönemlerden itibaren gözlemlenmiştir. Radyo yapısı gereği örneğin televizyona nazaran ikna yeteneği daha düşük bir araçtır. Bunu gösterge bilimsel açıklamaya çalışırsak; gösteren gösterilen ilişkisine müdahalesi uzun bir zaman ve daha fazla uğraş almaktadır. Oysaki televizyonda bu müdahale çok açıktır ve güçlüdür. Radyo ilk yıllarında yarattığı güvenle ideolojik söylemlerin meşrulaştırıldığı bir alana dönüşürken televizyonun yaygınlaşmasıyla bu görevi televizyona devrederek, ikinci planda tamamlayıcı bir özellik göstermeye çalıştığı gibi ideolojilerin günümüzde de hala aktif olarak kullandıkları bir araçtır fakat kullanım şekli değişmiştir.

Günümüzde radyo yayıncılığı hemen her konuda geçmişe nazaran ciddi değişiklikler göstermiştir ki bu değişim toplumsal üretim süreçleriyle bağlantılıdır. Kapitalist üretim koşullarının bulunduğu toplumlarda değişimler ekonomik alt yapıdan ve alt yapının değişim süreçlerinden etkilenmektedirler ve üretim ilişkileriyle şekillenen toplum ve toplumun işleyişi yine bu ilişkilerin zaman içinde aldığı yeni şekillerden etkilenmektedir. Üretimin yeniden üretimi süreci kapitalist toplumu dinamik tutan ve değişime götüren en önemli unsurlardandır. Bu süreç

içinde radyoda üretim ilişkilerinin değişimi ve üretimin yeniden üretimi süreçlerinden payını almıştır ve değişmiştir.

Çalışmada genel olarak ele alınan temel sorun, radyo yayınlarında yaşanan biçimsel değişim sonrasında günümüzde radyoların ideolojilerden uzaklaşıp uzaklaşmadıklarıdır. Özellikle egemen güçlerin haber yoluyla toplumları istenilen düşünceler etrafında toplama sürecinde radyo, kısalan haber bülten süreleriyle bunu nasıl gerçekleştirmektedir ya da gerçekleştirebilmekte midir? Tam da bu sorunun sonrasında akla gelen diğer bir sorun da radyonun değişen ve eğlenceye yönelen genel biçiminin kendisi ideolojik midir? Yoksa ideolojilerden uzak ve birçok kaynakta da söylendiği gibi önemsenmesi gerekmeyen bir biçim mi almıştır. Çalışma kapsamında eski biçimi ile radyo ve radyonun o dönemdeki işlevi ve günümüzde radyolar ile yeni biçimleri ve bu biçimi ile yeni işlevi işlenmiştir.

AMAÇ

Günümüzde hala en çok tercih edilen kitle iletişim araçları içinde yer alan radyo tam anlamıyla bir eğlence makinesine dönüşmüştür. Bu çalışmada ise geçmiş yıllara nazaran büyük bir değişim göstererek farklılaşan radyonun ve radyo haberlerinin değişim süreçlerindeki nedenler ve sonuçların açıklanması amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için çalışma boyunca aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Radyo yayıncılığı geçmişte Dünya’da ve Türkiye’de nasıl işliyordu? Radyo haberlerinin tarihi süreci nasıldır?
- Radyonun günümüzdeki yayın anlayışı nasıldır? Radyo haberlerinin günümüzdeki durumu nedir?
- Toplumsal üretim ilişkilerinin yeniden üretiminden radyo nasıl etkilenmiştir?
- Radyonun eğlenceye ve müziğe ağırlık vermesi toplumları nasıl etkiler?
- Geçmişte ideolojik olan radyo günümüzde hala ideolojik midir? İdeolojik ise bunu nasıl yerine getirir ve sonuçları nelerdir?

Çalışmanın alt amaçları ise radyo dinleyen kişilerin radyoyu ve radyo haberlerini günümüzde nasıl algıladıkları, radyo haberlerinin özelliklerinin ne olduğu, sözle gerçekliğin nasıl yaratıldığı, radyo haberlerinin dramatize edilip edilemediği, radyo haberlerinin eğlence unsurları içindeki yeri ve radyoda haberin eğlenceye

dönüşmemesi durumlarının aktarılmasıdır. Çalışmada bu konulara da yer verilmesinin nedeni günümüzde radyoların geçmişe nazaran fazlasıyla değiştikleri gibi toplumların da kültürel anlamlarının ve algılayışlarının değişmesidir.

VARSAYIMLAR

Araştırmanın problem bölümünde anılan temel sorusundan hareketle üretilen varsayımlar şu şekilde sıralanabilir.

- Günümüzde radyonun geçmişe nazaran farklılaşması, popüler kültür, müzik ve eğlenceye yönelmesi ticarileşme ile bağlantılı olarak üretimin yeniden üretimi ile ilişkilidir.
- Ticarileşme sonucu kar amacı güdüldüğünden sistemin bizzat kendi üretim dinamiklerinden ortaya çıkarılan kültür endüstrisi ürünleri hâkim yayın unsuru haline gelmiştir.
- Radyo her döneminde ideolojik bir araç olmuştur.
- Radyonun günümüzdeki eğlence içerikli yayınları amaçlıdır ve ideolojiktir.
- Radyoda haber sürelerinin kısalması ve radyo haberciliğinin yok olamaya doğru ilerleyen gidişatı üretim ilişkileri ile bağlantılıdır.
- Radyo önemli bir gündem belirleme aracıdır ve radyo haberlerinin kısalması da ideolojiktir.
- Radyo sanıldığı gibi aksinin etkisini kaybetmediği gibi egemen güçlerin hala kullandıkları çok önemli bir gündem belirleme aracıdır sadece belirlediği gündem ve biçimi değişmiştir.

ÖNEM

Tarihin en önemli kitle iletişim araçlarından olan radyo günümüzde toplumda değişen birçok şey gibi önemli bir dönüşüm yaşayarak birçok program türünün ortadan kalkması veya nicelik olarak ciddi şekilde azalmasıyla devam eden bir sürece girmiştir. Bu süreçte radyo dinleyicisinin radyosunu açtığı zaman karşılaşma ihtimalinin en yüksek olduğu unsur müziktir. Bir çok kaynağında belirttiği gibi radyo artık bir müzik kutusu ya da bir eğlence makinesidir. Bu tanımlama tam olarak mevcut durumu özetler. Ancak toplumsal olan her şey gibi radyonun bu duruma gelmesinin nedenleri ve sonuçları söz konusudur. İletişim bilimleri adına yapılan

araştırmalarda şu ana kadar radyonun ekonomi politik nedenler kültür temelli değişim nedenleri, sonuçları ve süreçten kapsamlı bir şekilde bahsedilmemiştir. Bu alışma; televizyon, internet ya da gazete gibi kitle iletişim araçları adına yapılan bir çok çalışmanın bulunduğu ortamda radyo yayıncılığı adına yapılan çalışma sayısının son derece az olması nedeniyle ve güncel durumuna ekonomi politik ve kültürel anlamda ışık tutma çabasıyla önemlidir.

TANIMLAR

Çalışmada zaman zaman kullanılan “Yeni Radyo” kavramı ile günümüzde değişen ve ticarileşmeden sonra farklı bir boyut kazanan radyo istasyonları kastedilmiştir.

Radyolar için kullanılan eğlence kavramı ile de radyo şov programları veya müzik içeriği ağırlıklı kullanılan radyo programları tanımlanmıştır.

Mistifikasyon kavramı ile de “Bilginin ya da olayların bilinçli bir biçimde saklanması” tanımlanmaktadır. Fantazy kavramı da fantazi kavramına eş değerdir.

Haberlerin spot haber olarak verilmesi ise haber başlıklarıyla bir haber bülteni oluşturmayı tanımlar. Flaş haber tabiri ile de son gelişmelerin anında, olayla eş zamanlı olarak verildiğini anlatmak için kullanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYEDE VE DÜNYADA RADYONUN TARİHİ SÜRECİ VE RADYO HABERCİLİĞİ

1.1.Tarihi Süreçte Radyo

1837'den itibaren telgrafın icadı ve büyük telgraf şebekelerinin ortaya çıkması (Barbier ve Lavenir, 2001: 131), enformasyonun daha hızlı aktarılmasıyla iletişim alanında yeni bir dönem başlamıştır. 1850'de elektrikli telgrafın karadaki şebekelerinin birbirine bağlanması ve 1865'te büyük deniz altı kablolarının döşenmesi (Barbier ve Lavenir, 2001: 131), dönemin ekonomik, siyasal, toplumsal ve belki de her alanında ciddi değişikliklere neden olacak bir sistemini oluşturmuştu. Bu sistem içindeki öğeler yeni buluşlarla güçlenerek elektronik kitle iletişimi meydana getirecektir.

Bu buluşlardan ilki James Clerk Maxwell'e aittir. Maxwell 1860 da başlayan ve 1864 de biten çalışmasında elektro manyetik dalgaların varlığını ve bu dalgalarla sesin aktarılabilceğini tespit etmiştir (Aziz,2002:5-6). Bu tespitten sonra Maxwell'in kuramları Alman fizikçi Heinrich Hertz tarafından geliştirilmiş ve Hertz kendi adını taşıyacak olan dalgaları 1887'de bulmuş ve aynı yıl üretmeyi başarmıştır. 1890'da Fransız Edouard Branly, bir devreye galvanometre ve pille birlikte bağlanmış, içi demir talaşıyla dolu bir tüpten oluşan ilk elektromanyetik dalga iletkenini geliştirmiştir (Jeanneney, 2009: 143).

1.1.1. Dünyada Radyonun Tarihi

1.1.1.1.Radyonun Bulunuşu

1895'de, Rus Alexandre Popov, 250 metrelik bir uzaklığa 1837'de morsa ilk telsiz iletisini ulaştıran anteni bulmuştur. Aynı yıl, İtalyan fizikçi Guglielmo Marconi, bütün bu buluşları, telsiz telgrafla kodlanmış elektromıknatıslı bir iletiyi iletme için tasarlamıştır. Marconi, ilk olarak iki İtalyan gemisi arasında, sonra 1901'de İngiltere ve Newfoundland arasında telsiz telgrafla bir bağlantı kurmuştur (Cavalier, 2004: 129). Bu gelişme ışığında daha sonraki yıllarda büyük kitlelere seslenme fırsatı sunan radyoya ilk adım telsiz telgrafla başlamış olur.

1907'de, Amerikalı Lee de Forest, telsiz telgrafın ses şiddetini yükseltebilen ilk lambayı, Triyotu bulmuştur (Cavalier, 2004: 129). İnsan sesinin aktarıldığı ilk bağlantı ise 1908'de Eiffel Kulesi ile Villejuif arasında gerçekleştirilmiştir. Amerika'da, yine Lee De Forest, Caruso'nun şarkısını New York'taki Metropolitan Operası'nın binasından yirmi kilometre uzağa aktarmıştır (Jeanneney, 2009: 144).

1.1.1.2. İlk Radyo Yayınları

Dr. Charles David Herrold, ilk ticari radyoyu 1909'da Kaliforniya, San Jose de hayata geçirmiştir. Bu deneysel girişim genellikle Dr. Herrold Radyo Okulunun reklâmlarını yayınlamıştır (Bittner, 1996: 158). Bu yayın radyoculuk tarihinde ilk amatör, ancak reklam alması ve yayınlaması nedeniyle ilk ticari girişim olarak görülür. Bu ve benzeri girişimler sanayileşmiş ülkelerde Birinci Dünya savaşına kadar devam eder.

Winconsin Üniversitesi ise 1919 yılında ilk ticari amaç gütmeyen radyo istasyonunu kurar. İstasyon WHA olarak adlandırılmıştır. Bu radyonun ilk dinleyicileri genişletilmiş kollej kursları, radyo alıcısı yapımı gibi kursları ve tarım haberleri dinlemişlerdir. 1920 yılında Detroit'de WWJ haber kanalı ve aynı yıl Batı Pittsburg Pennsylvanyada KDKA isimli istasyonlar kurulur (Bittner, 1996: 158).

Radyo yayınları, 1921-1922'de tüm sanayileşmiş ülkelerde ortaya çıkmaya başlamıştır. Konradiev'in tabiriyle kapitalizmin döngüsel evriminin* üçüncü dalgası olan Ağır sanayi evresi 1880-1930 yıllarında yaşanmıştır (Dağdelen, 2005: 10). Bu dalganın son yıllarında ise radyo teknolojisi Amerika İngiltere vb. ülkelerde kitlelere yönelik bir hale gelir. Bunun nedeni Birinci Dünya Savaşı yıllarında üretilen radyo teknolojisinin şirketler tarafından satılması zorunluluğudur ki nitekim dünya çapında bir anda ilgi görmüş olup askeri amaçla üretilmesine rağmen günlük hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Barbier ve Lavenir'e göre "Bu yayın biçimi, radyo iletişimi teknolojisinin dönüşümlerinden ve radyo elektrik malzemesi yapıp savaş

* Kapitalizmin döngüsel evrimi, "Birinci dalga (1770-1830) Endüstri devrimi, ikinci dalga (1830-1880) buharı gücü ve demiryolu teknolojisinin geliştirilmesi, üçüncü dalga (1880-1930) Ağır sanayi, dördüncü dalga (1930-1980) Fordizm, beşinci dalga (1980- ?) Post-fordizm" şeklinde tanımlanmaktadır (Dağdelen, 2005: 10).

süresinde üretimlerini büyük ölçüde geliştirmiş olan büyük şirketlerin sivil pazarlara yönelme zorunluluğundan doğar” (2001: 131).

Düzenli radyo yayınları ile ilgili farklı kaynaklarda farklı bilgiler söz konusudur. Micheal C.Keith “The Radio Station” isimli kitabında ilk kez kamusal radyo yayıncılığının Amerika da Pittsburgh’da KDKA istasyonu tarafından yapıldığını söylemektedir. C.Keith **göre** radyo yayıncılığının profesyonel ilk örneği şöyledir.

“1920 yılında Pittsburgh(ABD) istasyonu KDKA deneme niteliğindeki şebeke çalışması olarak adlandırılacak günlük yayınıni bildirmeye telefon hatları kullanılarak başlamıştır. 1922 yılının başında istasyon sınırlarını şekillendirmiş dolayısıyla izin verilen programlar aynı anda birçok yerde yayınlanmıştır. Spor olayları yayınlanan programların arasından birinci sırayı almıştır.” (Keith, 2000: 4).

Tüm bu girişimler arasında radyo yayıncılığının başlangıcında, ilk radyo istasyonu olarak KDKA’in karşımıza çıkma nedeni KDKA’in ilk ulusal lisans alan radyo olmasıdır (Vivian, 1999: 175). 1920 yılında W.G. Harding ve J.M.Cox’un aday olduğu Amerika Birleşik Devletleri seçimlerinde Pittsburg Post’ gazetesi ile beraber hazırlanan seçim bülteni ile birkaç bin kişiye 18 saat boyunca seçim sonuçları aktarılmıştır (Emery and Emery,1996: 274)

WJZ istasyonu (sonradan ismi WABC olmuştur.) Newyork’ta ve WGY Schenectady(Newyork eyaletinde bir şehir) de 1922 de yayınlarına başlamışlardır (Keith, 2000: 5). Yine 1922’de, Londra’da B.B.C.’nin doğuşundan sekiz gün önce, ilk özel Fransız radyosu Paris’te açılır, radyo üreticisi Emile Girardeau, belli sayıda haftalık dinleti yayını yapan Radiola’yı kurar (Cavalier, 2004: 129).

Avrupa’da radyo yayıncılığına, Fransa ve İngiltere’nin arkasından 1923 yılında Almanya ve Sovyetler Birliğindeki radyo yayınları da eklenmiştir. Bu tarihlerden sonra önce tüm Avrupa’da, daha sonra ise Asya’da radyo yayınları başlamış ve yaygınlaşmıştır. Kıtalar içerisinde en son Afrika ülkelerinde radyo yayınları başlamıştır.(Aziz,2002:9)

Kolombiya Üniversitesi araştırmacılarından Edwin Armstrong “Statik-free Transmission”ı geliştiren kişidir. 1939 yılında New Jersey’de Armstrong yeni bir sistemi denemek için bir deney istasyonu inşa etmiştir. Bu deneyde frekans müdülasyon analizi ve FM frekansı test edilir. FM sistemi daha eski olan geniş dalgadan(AM) farklıdır. Aynı zamanda Armstrong FM stereo sistemi de

geliştirmiştir (Vivian, 1999: 171). Böylece günümüzde de yaygın olarak kullanılan FM dalgaları ve Stereo yayın ile radyo yayıncılığı o dönemde ciddi bir atılım yapmıştır.

1.1.1.3.Radyo Etkisi

Radyo sanayileşmiş ülkelerde yaygınlaşmaya başladıktan sonra bu ülkelerdeki en önemli kitle iletişim aracı konumuna yükselmiştir. Siyasi iktidarlar ise bu durumu ve radyonun yakaladığı etkiyi, radyoyu bir propaganda aracı haline getirmekte kullanmıştır. Birinci dünya savaşı sonrasında soğuk savaşın bitimine kadar devam eden bu süre için Emery “Radyo bir yandan çeşitli siyasal önderler tarafından propaganda aracı olarak kullanılırken, diğer yandan süratli ve çabuk haber vermesi nedeniyle, gazetecilik mesleğinde yeni atılımların ve deneylerin yapılmasını da kolaylaştırmıştır.” (Aktaran: Tokgöz, 1996: 298) demektedir.

Jowett ve O'Donnell'e göre radyonun icadıyla tüm zamanların propaganda pratikleri de değişmiştir. Ülke sınırları ötesine ve uzun mesafelere mesajları gönderebilmek fiziksel varlık olmadan mümkün olmuştur (1999:129).

Türkiye' deki birçok kaynağın verdiği bilginin aksine radyonun siyasi ve ideolojik amaçlı kullanımının ilk örneği 1917 Bolşevik devrimi sonrasında kurulan Sovyetler birliğinde gerçekleşmiştir. Sovyetler Birliği radyoyu başlangıçta eğitimsiz büyük kitleleri etkilemek için kullanmıştır. Sovyetler birliğinde halkın çok az sayıda radyoya sahip olmasına rağmen, fabrikalara, kulüplere, askeri tesislere ve pek çok halka açık yere radyo yayını için hoparlörler kurulmuştur (Cole.1998: 639). Moskava Radyosu 1929 yılında Fransızca 1930 da ise İngilizce yayınına başlar (Jowett ve O'Donnell,1999: 130). Bu yayınların amaçları o dilleri konuşan kişilere propaganda yapmaktır ve kendi ülkesi sınırlarında da ilk sınır ötesi propagandayı SSCB gerçekleştirmiştir.

Siyasi ve ideolojik amaçlarla radyonun kullanılmaya başlanmasına önemli bir örnekte 1930 larda Franklin D. Roosevelt'tir. Sussman'a göre “ Farklı bir politik bağlamda, Roosevelt dönemi periyodik olarak radyoda yayınlanan yuva (aile ortamı veya ocak başı) sohbetleriyle “Yeni Yöntem” ismi verilen hükümet politikasına savaş yıllarında ve ekonomik buhran döneminde destek oluşturmuş ve genel bir güven sağlamıştır” (1997: 92).

Almanya’da 1923 yılında başlayan radyo yayınları 1933 yılında Nazi rejimi tarafından zapt edilmiştir. Bu dönemden sonra süratle gelişen radyo Nazi rejiminin en önemli propaganda aracı olmuştur. 1945 yılında radyo tesisleri Almanya’nın yenilgisi sonrasında müttefik devletlerinin elinde geçmiş ve yeniden yapılandırılmıştır (Kelly vd, 2004: 81).

Radyonun diğer bir fonksiyonu olan yeni beyin yıkama ya da telkin yolları öğrenilmeye başlanmış ve Hitler diktatörlüğünde de 1933 den sonra kullanılmıştır. Radyoya Hitler’in propaganda bakanı olan Gobels tarafından bir propaganda aracı olarak Alman halkının duygularının kontrolü ve manüpülasyonu ve onları Nasyonal Sosyalist Düşüncede eğitmek için fazlasıyla önem verilmiştir (Susman, 1997: 92).

Radyo savaş öncesinde Almanya’daki toplumsal sınıfların nerdeyse tamamının Nazi Partisini benimsemesinde ve partinin kitlesel yükselişinde büyük bir rol oynamıştı. Savaş yıllarında ise gerek Alman gerek Japon halkının kötü gidişi görmelerini engelleyecek ideolojik yayınlar sayesinde savaşın son dönemine kadar bu toplumların kendi içlerinde iktidarların ideolojileri dışında davranmaları engellenmişti (Mandel, 1995: 115).

Hitler ile aynı yıllarda İtalya’da da Mussolini radyonun propaganda için kullanımını sağlarken aynı zamanda halkın toplu halde radyo dinleyebileceği toplu mekânlar oluşturmuştur. Amerika Birleşik devletlerinde ise Katolik rahip, Charles Edward Coughlin başta WJR istasyonu olmak üzere onlarca radyoda vaazlar vermiştir. Vaazlar, Yahudi finansal komploları ve komünizmin karalanması hakkındadır ve çok sayıda kişiyi etkilemiştir (Susman, 1997: 92).

1938 yılında kurulan Radyo Humanite ilk kez yasa dışı propaganda yapmaya başlayan radyodur. Radyonun kurucusu yayın hakkını alabilmek için başvuran ve kendine Fransız komünist yayıncı süsü veren Alman bir yayıncıdır.(Cubadda ve Riboreau, 1998: 25).

1938 yılında başka dillerde de yayınlarına başlayan BBC, Almanya İtalya ve Sovyetler Birliğindeki İngiltere karşıtı propagandaya radyo ile yanıt vermiştir. BBC’nin Avrupada’ki yabancı dillerdeki yayını Alman Halkının ve Almanlar tarafından işgal edilen bölgelerdeki halkların etkilenmesi amaçlanarak hazırlanmıştır. Ayrıca BBC, Amerika ve Hindistan’da Japonya servisini de aynı dönemde başlatmıştır (Cole, 1998: 640).

İkinci Dünya Savaşı sonrası soğuk savaş döneminde de radyo son derece önemli bir araçtır. 20. yüzyılın 2. yarısındaki bu dönemde politik propaganda radyodan devam eder. Bu süreçte özellikle televizyonun yaygın olmadığı dönemde radyo önemini devam ettirir.

İkinci dünya savaşının bitimiyle uluslar arası yayıncılıkta o ana kadar olmayan büyük bir gelişmeden ve büyümeden bahsedilir. Savaştan hemen sonra birçok yayının ana saldırısı Avrupa' idi. Ancak 1950, 1960,1970'lere doğru kademe kademe, Hindistan, Arap ülkeleri, Latin Amerika, Afrika ve Asya dikkatleri üzerlerine çekmiştir. Dünyanın değişen yapısı bir anda radyo yayıncılığını bu bölgeler için en önemli propaganda silahı haline getirmiştir (Jowett ve O'Donnell, 1999: 133).

Sovyetler Birliği savaştan sonra da radyo propagandasını sürdürmüştür. Moskova radyosu KGB kontrolünde olan bir yapılanmadır ve o dönemde birçok dilde yayın yapmıştır (Cole, 1998: 641). Aynı yıllarda Amerika ise komünist propagandaya karşın Amerikanın Sesi Radyosu(VOA) ile karşılık verilmiştir. Radio Free Europe ve Radio Libery isimli diğer özel radyo istasyonları da Amerikan propagandasını Avrupa da Amerika'dan sağlanan fonlarla gerçekleştirmişlerdir (Cole, 1998: 641).

Kutuplaşan dünyada, dünyanın o ana kadar fazla önemsemediği bölgeler hem sosyalizm propagandasına hem de anti-sosyalizm propagandasına radyo ile tanık olmuşlardır. Dikkat çeken konu ise o dönemlerde radyonun toplumları politize etme uğraşıdır. Bunu hem sosyalist güçler hem de kapitalist güçler bir savaş halinde gerçekleştirir. Bu anlamda o dönemde dünyadaki soğuk savaş radyo savaşları ile de devam etmektedir.

Tüm bu siyasi örneklerin dışında radyonun etkisini ve gücü sergilediği en somut örneklerden biriside Orson Wells'in "Dünyalar savaşı" isimli radyo oyunun sonrasında 1938 de meydana gelen durumdur. Olayı Jeanneney şöyle anlatır:

" Genç Orson Welles, VI Ekim 1938'de, yirmi üç yaşındayken, sinemada kendini kabul ettirmeden önce medya dünyasına patırtılı bir giriş yapar Tanınmış bir tiyatro oyuncusu olarak, ayın sonunu daha rahat getirebilmek amacıyla, her hafta CBS için on milyonlarca dinleyicinin izlediği bir "drama" hazırlamaktadır. O gün, kendisiyle bir isim benzerliği bulunan, Zaman Makinesi'nin ve birkaç fantastik öykünün yazarı H. G. Wells tarafından daha önce yayınlanmış bir romanı uyarlamayı kabul etmiştir. Söz konusu olan,

Marşlıların Amerika'ya gelişini konu alan Gezegener Savaşı adlı bir kitaptır. Orson Welles eseri çok fazla sevmediğinden, iyice dramatikleştirmenin yolunu arar ve aklına, Marşlıların gelişini haber veren dalgalandırıcı bir anonsla kesilen gerçek bir yayın izlenimi vermek fikri gelir. Herkesin bunun bir kurgu olduğunu anlayacağından hiç şüphesi yoktur. Ama bir sürpriz olur ve işler tersine döner. Welles, halkı sakin olmaya davet eden yalancı bir içişleri bakanını davet ettiğinde ve aynı zamanda artık dua etmekten başka çare kalmadığını "itiraf ettiğinde", panik çıkar ve yayılır. New York'u terk eden arabalar büyük kuyruklar oluşturur. Bunu, CBS'i bunaltacak olan bir dizi dava izler. Kaçarken ayakkabılarını kaybetmiş olan pek çok kadın ise, bunların parasını almayı başaracaktır! Orson Welles'in programı Gezegener Savaşı, birdenbire radyonun gücünü ortaya çıkarır. Wells öfkeliyse de, Welles memnundur. Hızla ün kazanır ve Campbell hazır çorbaları ona hemen "sponsorluk" önerisinde bulunur.” (2009: 148).

Bu olayın başka örnekleri ise 1973 de Belçika’da 1985 de ise Finlandiya’da yine bilim kurgu senaryolarının radyoda yayınlanmasından sonra yaşanmıştır.(Cavalier, 2004:132). Radyo tiyatroları ve birçok tarz televizyonla beraber popülaritesini kaybetmiştir. Günümüzde bu tarzı hala yaşatan çok az sayıda radyo istasyonu bulunmaktadır.

1990’lı yıllarla beraber radyolarda ağırlıklı olarak müzik programları popüler olmuş ve birçok alt dal ve varyasyondan oluşan çeşitli kategorideki müzik türleri radyolarda eskiye nazaran çok daha fazla yayınlanmaya başlanmıştır.

1.1.2. Türkiye’de Radyonun Tarihi

Dünyada tüm kitle iletişim araçları ilk çıkışlarından itibaren büyük ilgi toplamış, toplumsal değişimlere neden olmuş ve bakış açılarını değiştirmiştir. Osmanlı İmparatorluğunun çöküşü ve genç Türkiye’nin kurulmasıyla aynı yıllara denk gelen radyoda o dönemden başlayarak gerek dünyada gerekse Türkiye’de etkisini göstermiş ve toplumların ilgisi üzerine çekmiştir. Yeni adımlar atmaya başlayan genç Türkiye de ise radyo yayınları dünya ile aynı yıllarda başlamıştır.

Önceki bölümde de değinildiği gibi sürekli yayına ilk kez lisans alarak ABD’de (Pittsburg) 1922’de KDKA adlı bir radyo başlamıştır. Değişimin başladığı aynı yıllarda Anadolu’da da yakın zamanlarda bu yeni aracın kullanılmaya başlaması kaçınılmaz olmuştur.

Türkiye de bu yeni teknoloji kurtuluş savaşının bitiminin sonrasında ancak henüz cumhuriyet ilan edilmeden önce amatör olarak denemiştir. 20 Mart 1923

tarihinde Tevhid-i Efkâr gazetesinin haberinde olaya değinilmiştir.*

1.1.2.1.Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi

İletişim ve haberleşme boşluğunu ülkede doldurmak için 1925 yılında çıkarılan "Telsiz Tesisi Hakkında Kanun" uyarınca aynı yıl çalışmalara başlanmıştır. Ankara Telsiz Telgraf ve Telefon İstasyonu pylon temelleri 1 Mart 1926'da atılmış, İstanbul'daki vericilerin de aynı yıl içinde yapımına hız verilmiştir (Kocabaşoğlu, 1980: 12).

Devletin PTT eliyle Fransız şirketine yaptırdığı telsiz istasyonları yapılırken, Bakanlar Kurulu yayın yapacak şirket konusunda "6 Ocak 1926 tarihinde" Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi'nin (TTTAŞ) "Nizamname-i Dahilisi"ni onaylayan bir kararname çıkarmıştır. 8 Eylül 1926'da da şirketin "Türkiye Cumhuriyeti Havza-i Hükümeti Dahilinde Telsiz Telefon Mürsile ve Ahize İstasyonları İşletme Ruhsatnamesi" adıyla belge imzalanmıştır. Ruhsatnamenin birinci maddesiyle Türkiye sınırları içinde Ankara ve İstanbul'da kurulmuş olan verici istasyonların işletilmesi ve ayrıca hükümetin onaylayacağı başka illerde de aha, verici istasyonların kurulup işletilmesi için şirkete 10 yıl süreyle izin verilmiştir (Altunbaş, 2003: 26).

Türkiye, cumhuriyetin ilk yıllarında ekonomik arayışını 1923 yılındaki iktisat kongresiyle çözmeye ve şekillendirmeye çalışmıştır. Türkiye İktisat Kongresinde alınan kararlar, ülkenin kalkınma hamlesinin özel teşebbüs ile gerçekleştirilmeye çalışıldığını ve hem yerli hem de yabancı sermayeye güvence verildiğini göstermektedir (Buluş, 2003: 41). Ekonomik anlamda liberal bir çizgi izlenmesi kararı Türkiye'nin ilk radyo yayınlarında aynı düşünce paralelinde yani yapı ile aynı ekonomik şemada şekillenmesiyle sonuçlanmış ve TTTAŞ özel bir kuruluş olarak lisans almıştır.

O dönem için gerçekleşen yapılanmanın dayandığı anlaşmaya göre hükümetin, her türlü yönetim ve yayın işlerinde şirket üzerinde genel bir denetim hakkına sahip olduğunu ve devletin, yayın hizmetini kısmen veya tamamen durdurmak, kimi

* "Şehrimizde Telsiz Telefon tecrübeleri... Darümuallimin muallimlerimizden, Rüştü Bey (Uzel), bir aydan beri İstanbul halkında dahi, Avrupa ve Amerika'da birdenbire fevkalade teemmün eden telsiz telefon hakkında bir fikir \. n bilmek için tecrübeler yapmaktadır. Dün Darümuallimin konferans salonundan bir nutuk, ney ile çalınan bir zeybek şarkısı terennümanı, Darülfünun'dan vazıh bir surette dinlenebilmiştir. Mamafih konser namesi lirasında limanımızdaki sefainin telsiz telgraf muhaberatı dahi karışmaktaydı." (Cankaya, 2003: 18).

abonelerin alıcı kullanmalarını yasaklamak ve olağanüstü durumların ortaya çıkması halinde de tüm radyo istasyonlarına el koymak hakkının bu anlaşmaya binaen bulunduğunu belirtmektedir(Şarmaşık, 2000: 4).

Türkiye’de radyonun ilk yıllarını 22 Eylül 1996 yılında Sabah Magazin dergisinde yer alan radyo günleri isimli yazısıyla ele alan Ergun Hiçyılmaz o dönem Celal Bey olarak bilinen ve İş Bankası genel müdürü olan celal Bayar’ın Türkiye’de radyo yayınlarının geleceğine yön verecek görüşmesini yani 1926 yılında ki Mustafa Kemal’i ziyaretinden bahseder (Dinç vd, 2000: 53).

Çağın en ileri görüşlü liderleri ve kişisi olarak Mustafa Kemal’in bu görüşme sonrasında çağdaş bir haberleşme sistemi kurulmasına hükmettiğini söyleyen Dinç o dönem ki durumu “ O yıllarda dünyanın hiçbir yerinde gelişmiş bir radyo istasyonu yoktur. 1926 yılında bütün dünyadaki radyo istasyonu sayısı 123’tür ve bunların toplam gücü 116 Kw’tır. Gerçektende Ankara ve İstanbul’da kurulacak iki istasyonun vericisi o zamanın en güçlü vericileridir. Avrupa’nın her yerinden hatta İskandinav ülkelerinden bile dinlenebilecektir.” (Dinç vd, 2000:5 3) şeklinde açıklar.

Tüm bu gelişmelerden sonra Türkiye’de ilk radyo yayını yazılı kaynaklardan edinilen bilgilere göre; 6 Mayıs 1927’de İstanbul’da başlamıştır (Cankaya, 2003: 19). Arşivciliğin o dönem tam olarak istenilen şekilde yapılmamasından dolayı Ankara radyosunun açılış tarihinin bilinmediğini belirten Cankaya’ya göre 1927 yılının kasım ayında açıldığına dair bilgilere rastlanmaktadır (2003: 20).

Bu gelişmeyle, tarihi süreçte Türkiye’de radyo yayıncılığı özel şirket dönemi olarak adlandırılan bir dönemle Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi’ inin yönetiminde başlamıştır.

Ankara’da, önce Yenişehir’de, sonra Cebeci’de radyo yayıncılığına başlanmıştır. Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi yayınlarında Ankara’da daha önce PTT tarafından kurulmuş bulunan ve dış ülkelerle haberleşmeyi sağlayan beş kilovatlık güçteki telsiz istasyonlarını kullanmıştır. İstanbul’da ise, PTT’nin beş kilovatlık telsiz istasyonunu kullanmıştır. Orta dalga üzerinden yapılan bu yayınlarda yurdu içerde ve dışarıda tanıtmak için söz ve müzik programları yayınlanmıştır (Oskay, 1971: 14).

Günümüzde radyolar 24 saat kesintisiz yayın yaparken o dönem için bunun gerçekleştirilmesi neredeyse düşünilemeyen bir şeydi. Cankaya’nın belirttiği gibi bu

on yıllık süre içinde İstanbul Radyosu'nun yayın süresi 4,5 saat, Ankara Radyosu'nun ise yaklaşık 3 saatti" (2003: 23).

O dönemin Türkiye'deki koşulları düşünüldüğünde radyo alıcısı sahibi olan kişi sayısı alıcıların pahalı olması nedeniyle fazla değildi. TTTAŞ o yıllarda radyo alıcısı satım işini de üstlenmiştir. Ancak 1929 Dünya Ekonomik bunalımı sonrasında TTTAŞ bu bunalımdan fazlasıyla etkilenmiştir (Cankaya, 2003: 21-22).

O yıllarda dünyadaki ekonomik sıkıntılar genç Türkiye adına zorlu dönemeçleri ve kararları işaret etmekteydi. Bu kararlar devletçilik anlayışı çerçevesinde oluşurken 1936 yılında devletçilikle ilgili olarak Atatürk şu açıklaması ile devletçilik anlayışını bizlere anlatır:

"...Bizim takibini uygun gördüğümüz devletçilik prensibi, bütün üretim ve tevzi vasıtalarını fertlerden alarak, milleti büsbütün başka esaslar dahilinde tanzim etmek gayesini güden ve hususi ve ferdi, ekonomik teşebbüs ve faaliyetlere meydan bırakmayan sosyalizm prensibine dayanan kolektivizm, komünizm gibi bir sistem değildir. Bizim takip ettiğimiz devletçilik, ferdi çalışma ve faaliyeti esas tutmakla beraber, mümkün olduğu kadar az zaman içinde milleti refaha, memleketi geliştirmek için, milletin genel ve yüksek çıkarlarının gerektirdiği işlerde -bilhassa ekonomik alanda- devleti fiilen ilgilendirmektedir"(Aktaran: Aksoy, 1998: 94)

Bu açıklamayla aynı yıla denk gelen bir karar name ile 10 yıllık sözleşmesi sona eren TTTAŞ'ın sözleşmesi yenilenmeyerek devletçi anlayış paralelinde radyoda yeni bir yayın dönemi başlamıştır. Devletçilik anlayışıyla iktisadi teşebbüslerin bir kısmının devletin elinde olacağı yeni bir ekonomik yapılanma dolayısıyla da yeni bir siyasi anlayış oluşmaktaydı. Atatürk'ün sözlerinden de anlaşılacağı gibi ekonomik alanda olması beklenen devlet müdahalesinin kültürel bir alanda yer alacak olması radyonun siyasi yapıyla alakasının da açıkça ortaya koyulduğu bir örnektir. Özellikle radyonun ilk yıllarından itibaren dünyada radyonun siyasi kullanımı Türkiye'de de dikkatleri radyo üzerine çekerek yeni yapılanmanın uzantısı olarak radyonun devlet eline geçmesine siyasi olarak neden olmuştur.

1930'lu yıllarda radyo, dünyada ekonomik depresyonun yaşandığı ve kapitalizmin karşına tam anlamıyla bir tehdit olarak çıkmaya başlayan Sosyalizmin de özellikle Avrupa'da korku salmaya başladığı bir dönemde son derece kilit bir pozisyonda önemli bir propaganda aracına dünya çapında dönüşmeye başlamıştır.

1920’lerde kısmen bu amaçla SSCB tarafından kullanılan radyo 1930’larda tüm dünyada hem ülke içi hem de uluslar arası bir propaganda aracı olmuştur. Radyonun değişimi bu dönemki üretim ilişkileri doğrultusunda yeniden şekil alırken, dünya ekonomik anlamda kapitalizmin dönüşüm evrelerinden “Fordizmi” ** yaşamaya başlamıştır. Radyolar ise etkilerini arttırarak egemen ideolojilerin söylemlerinin taşıyıcısı konumunda bir işleve bürünmüşlerdir. 1930’lar tüm dünya için ekonomik anlamda sıkıntı geçerken Türkiye kalkınmasını tamamlaya bilmek için oluşturmaya çalıştığı milli sermayesini ve buna bağlı bir toplumsal sınıfı tam anlamıyla ilk 10 sene içinde gerçekleştirememiştir. Bu anlamda 1930’larla beraber devletçilik anlayışı benimsenir. Buluşa ifadesiyle 1933 yılında başvurulmuş bu ekonomik politaka ile “Özel girişim ve kişisel faaliyetler esas kalacak, ancak memleketin yüksek çıkarları gerektirince devlet ekonomiyeye müdahale edebilecek ve üretici olarak da faaliyet gösterebilecektir (2003: 44). Bu ekonomik politikanın sonucu olarak değişen üretim ilişkileri ekseninde 10 yıllık sözleşmesi sona eren TTTAŞ’de 1936’da devlet tekeline geçmiştir. Bu örnek de ekonomik yapılanma ile radyonun tarihi değişimlerinin ne kadar paralel olduğunu bir kez daha gösterirken, devlet tekeline geçen radyo ise bu yıllardan 1964 yılına kadar hükümetlerin ağız olmuştur. İktisadi teşebbüse karar veren bir devlet mekanizmasının o dönemim en önemli kitle iletişim aracını özel teşebbüste bırakmaması asla bir tesadüf değildir ve yeni ekonomik yapılanma ve üretim ilişkileri paralelinde olması gerektiği gibi şekillenmiştir.

Buna ek olarak Dedeoğlu’na göre “Atatürk’ün 1936 yılında Meclis açılış konuşmasında radyo yayınları konusuna değinmesi ve radyoculuğun devlet eliyle yürütülmesini dilemesi etkili olmuştur. Atatürk konuşmasında "Ulusal kültür için pek lüzumlu olduğu için uluslararası ilgiler bakımından da yüksek değeri olan bu radyo işine önem vermemiz yerindedir" demiştir.” (Aktaran: Altunbaş, 2003: 29).

Gerek gerçekleştirilen iktisadi değişiklikler gerekse toplumsal ve kültürel anlamda işleme konulan devrimlerin tam olarak oturması adına dünyanın bir çok yerinde olduğu gibi Türkiye’de de radyo bu dönemle beraber devlet için yüksek önem arz eden ve siyasi kimliği oluşmaya başlayan bir araç olmuştur. 1930’larda

* Endüstriyel Fordist çalışma ortamlarında amaç ve işlem süreçlerinin net bir biçimde tanımlandığı ve spesifiye edildiği keskin bir iş bölümü vardır. Çalışmanın zaman ve mekân bakımından en ince ayrıntısına kadar analizi yapılmıştır. Çalışanların tüm hareketleri standartize edilmiştir. Şirketlerde son derece katı bir hiyerarşik yapılanma söz konusudur (Belek, 1999: 103-104)

dünyanın ve Türkiye'nin değişen ekonomik ve toplumsal koşulları doğrultusunda Radyo yayınları da devlet tekeli altına alınmasıyla sonuçlanacak bir anlayış doğrultusunda yeniden biçimlendirilmiştir.

Cankaya'ya göre "Radyo yayınlarının gerek içeriği, gerekse süresi çağdaş radyoların düzeyine ulaşamadığından şirketin yenileme isteği kabul edilmemiş ve şirket tasfiye edilerek, 1936 yılında zamanın Cumhuriyet Hükümeti'nin çıkardığı bir kararnameyle, radyo yönetimi TTTAŞ' den devlete devredilmiştir. Böylece Türkiye'de radyoculuk açısından yeni bir dönem başlamıştır: Devlet Radyoculuğu." (2003: 25).

Devlet radyoculuğuna geçişin başka bir izahında ise; gerek teknik, gerek içerik ve gerekse mali yönden geçen bu on yıllık başarısız deneme sonunda TTTAŞ'ın sözleşmesi yenilenmemiş olduğu, anılan hizmeti 1936 yılından sonra PTT kendisi yüklenmiş olduğu söylenir. Böylece Türkiye'de bir devlet radyosu sistemi kurulmuştur (İlal' den aktaran: Çakır, 2005: 28).

Radyonun devlet tekeline geçmeden önceki 1927 ve 1936 yıllarındaki radyoya karşı devletin izlediği politikaları 1930'lu yıllara kadar olan bölüm ve 1930'dan sonrası olarak 2 aşamada incelemek gerekmektedir.

1930'lara kadar olan bölümde radyo ile ilgili devletin temel kuşkuları casusluk ve ulusal güvenliği zedeleyecek bir takım sonuçlar doğurabilmesi yönündeydi. Bu yıllarda radyonun yaygınlaşması ve radyonun yaşadığı bir takım ekonomik sıkıntıların giderilmesi için devletin destek sağladığı bilinmektedir (Kocabaşoğlu, 1980: 112).

1930'dan sonrası için radyo yayınlarına devletin fiili müdahalesi başlamıştır. 1930 Ocak ayı başında Devletin radyo yayıncılığı alanına müdahalesi özellikle söz yayınlarının düzenlenmesinde ortaya çıkmıştır. Millî Eğitim Bakanlığının saptadığı kişilerin, yabancı dil derslerini ve çeşitli konularda konuşmalar hazırladıklarını bilinmektedir. Ancak bu tür girişimleri de, Devletin radyo alanını bilinçli bir şekilde düzenlediği yolunda değerlendirmek doğru değildir. Daha sonraki yıllarda devletçi ekonomi ve devletin resmi ideolojisi doğrultusunda halkla devletin arasında köprü işlevi gören Halk evlerinin kurulması 1931 de kararlaştırıldıktan sonra resmi ideolojinin halka benimsetilmesi için Halk evleri radyo alıcılarıyla donatıldı. Ayrıca Haziran 1934'te yürürlüğe giren Matbuat Umum Müdürlüğü Teşkilâtına ve

Vazifelerine Dair Kanunu ile İçişleri Bakanlığına bağlı olarak kurulması öngörülen söz konusu genel müdürlükle, kültürel ve ideolojik alanı kontrol etmek amaçlanmıştır (Kocabaşoğlu, 1980: 113-114-115).

1.1.2.2. Devlet Tekeli

Semih Tuğrul'a göre "Devlet radyoculuğunun başlangıç tarihi olarak değişik kaynaklar farklı tarihler belirtirler. Bu nedenle de kabul edilen kaynaklara göre devlet tekelinin başlangıcı farklı tarihler olarak görülebilir. Bazı kaynaklarda devlet radyoculuğunun başlangıcı, 1937'de çıkan 3222 sayılı Telsiz Yasası olarak gösterilirken, bazı kaynaklarda da 18 Ağustos 1936'da çıkarılan bir diğer kararname gösterilmektedir" (Aktaran: Cankaya, 2003: 27).

1936 yılında TTTAŞ'ın sözleşmesinin yenilenmemesiyle 1940 a kadar olan bölümde bir geçiş süreci yaşanmıştır. Kocabaşoğlu bu süreci ve değişimi şöyle açıklar:

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 de söz konusu olmadığı ileri sürülebilir. Bununla birlikte, Türk radyo tarihinde uzun yıllar "Devlet Radyosu" kavramı ile dile getirilen ve TRT'nin kuruluşuna dek sürecek olan yeni bir dönem başlıyordu. Yaklaşık 28 yıllık bir süreyi kapsayan bu dönemin 1936 -1940 yılları arasında kalan bölümünü "Geçiş yılları" diye nitelemek olanaklıdır(1980: 131).

1936-1938 dönemindeki iki yıl boyunca da İş Bankası ve Fransız şirketinin ortaklaşa kurdukları Türk Telsiz Telefon Şirketi' nin yönetiminde sürdürülen radyo yayıncılığı 1938 yılından itibaren fiilen PTT'nin yönetimine geçmiştir. PTT'nin radyo yayıncılığı 1938 ve 1940 yıllarını kapsamış; daha sonra, 1940 yılında, yayıncılık İçişleri Bakanlığının Basın bölümü ile PTT İdaresinin radyo yayıncılığı kısmının birleştirilmemesiyle kurulan Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne verilmiştir. Bu dönem 1940 yılında başlamak ve 1964 yılında sona ermek üzere, yirmi beş yıllık bir süreyi kapsamıştır (Oskay, 1971: 15).

Devlet tekeline giren radyo bu dönemde, çizilen amaçlarla hükümetin ağız olarak yayın yapmaktadır. Nitekim radyo o dönemde beklentileri doğrular yönde çalışmış ve çalıştırılmış; hükümet bu dönemde, radyo üzerinde sıkı bir denetim uygulamıştır. Radyonun yayın süreleri uzatılmış olması, program türlerinin

arttırılması, radyo gazetesi diye bir gazete çıkarılması, idari personel ile radyo personelinin birbirinden ayrılmış olması dönemin radyoya ilişkin gelişmelerinin bir göstergesi olarak da nitelendirilebilir (Vural,1986:112).

Dünyada ise birçok ülke sınırlar ötesi yayınları ile propaganda yaparken ülkemizde radyo yayıncılığı ile ilgili olarak 1946 yılına kadar bir girişim olmamıştır. TRT'nin verilerine göre "İstanbul'da kurulmasına karar verilen ve orta dalgada yayın yapacak yüksek güçlü bir radyo, 2'ci Dünya Savaşı'ndan dolayı uzun müddet gerçekleştirilememiştir. Ancak, savaş sona erdikten sonra Ocak 1946 yılında 150 kW gücündeki İstanbul Radyosu RCA firmasına ihale edilebilmiştir. 1 Eylül 1949'da deneme yayınına başlayan bu istasyon 19.11.1949 tarihinden itibaren faaliyete geçmiştir. Bundan bir yıl sonra da, 1950 yılında MARCONÎ firması tarafından imal edilen 100 kW gücündeki kısa dalga verici istasyonu Ankara'da faaliyete geçmiş ve birçok dış ülkeye yayın yapma imkânı bulunmuştur" (TRT, 1973: 6).

İkinci Dünya Savaşı tüm dünyada özellikle Avrupa'da yıkıma neden olurken Türkiye tarafsızlığını korumuş ve savaş sonrasında çok partili döneme girmiştir. Daha önce ki yıllarda çok partili sistem denemeleri sonuç vermemiş ve dünyanın savaş yaralarını sarmaya çalıştığı 1945 sonrası dönemde Türkiye'de çok partili siyasal yaşamdan yeniden bahsedilir olmuştur. Mehmet Ali Brand o günlerle ilgili olarak şunları söyler:

"Dile kolay... Tam 23 yıllık tek parti döneminden sonra Türkiye 1946'da bir kez daha demokrasiyi denemeye karar verdi. O güne kadarki her denemede rejim altüst olmuş ve kısa zamanda vazgeçilmişti. Şimdi bir yenisi geliyordu. Acaba Atatürk'ten bu yana peşinden koşulan çok partili rejime bu kez ulaşılabilir miydi? Demokrasinin takvimi 7 Ocak 1946 pazartesi sabahı işlemeye başladı. O gün Türk siyasî tarihinde bir dönüm noktası oldu. Türkiye Cumhuriyeti sabah tek partiyle uyandı, akşama artık çok partiliydi." (Birand vd. ,1999:31).

1946 yılından sonra radyonun iç kamuoyundaki etkisi bir hayli artmış halk daha çok radyo dinler olmuştu. Yapılan programlar yönlendirici ve halkın istendiği şekilde düşünmesi yönündeydi (Er, 2003: 98). Buna paralel çok partili dönemle birlikte hem yeni bir siyasi ortam Türkiye'yi beklerken radyo içinde farklı uygulamalar ve yeni düzenlemeler getirilmişti. "1949 yılında çıkarılan "Basım-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu" ile TBMM için yapılacak genel seçimde, siyasi partilere programlarını açıklamak için, seçim tarihine on beş gün kala

başlayan ve seçimlerden iki gün öncesine kadar olan süre içinde, devlet radyosundan parasız konuşma zamanı ayrılacaktı.” (Cankaya, 2003: 45).

14 Mayıs 1950 de Demokrat Partinin seçimlerden galip olarak ayrılmasıyla beraber Türkiye için yeni bir siyasi sayfa açılmış ve senelerdir hükümeti yöneten Cumhuriyet Halk Partisi muhalefet partisi rolünü üstlenmişti. Bu dönem itibariyle genel olarak medya ve radyo içinde yeni bir sayfa açılmıştır.

1950’li yıllarda çok partili rejimle birlikte Türkiye yeniden liberal ekonomi yönünde açılımlar yapmaya başlamış ve yeniden bir ekonomik değişiklikle karşı karşıya kalınmıştır. Bu değişim sonunda ekonomi daha liberal bir hale gelirken artan dış açıklar ve bütçe açıkları ülkenin bir dar boğaza sürüklenmesine ve 1954 yılında dış borçların ödenemeyeceğinin ilanı ile bir tıkanma noktasına ulaşmıştır (Buluş, 2003: 41). Ekonomideki liberalleşme çalışması radyoya yansımamıştır ve devlet tekelinde kalmıştır. Nedeni de yeni ekonomik açılımın yani liberalleşme çalışmasının meşrulaştırılmasında radyonun büyük bir koz olarak görülmesidir. Aynı yıllarda yurt dışında da radyo halen devletlerin etkin olarak kullandıkları bir araçtır.

Radyonun ne kadar güçlü bir araç olduğunu ve kitleleri harekete geçirme yetisini Türkiye’de de kanıtlayan 6–7 Eylül* olayları 1955 senesinde Demokrat Parti dönemi siyasal hayatının gerilmesine neden olmuştur.

Demokrat Parti İktidarında, 1958 yılında Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı kurulmuştur. 1959 yılında, bu kere bir Türk firması tarafından İzmir, Adana, Gaziantep, Kars, Erzurum ve Van’da yedi radyo istasyonu kurulması için harekete geçilmiştir (Oskay, 1971: 16).

* Dönemin Cumhurbaşkanı Bayar, Başbakan Adnan Menderes ve İstanbul valisi Fahrettin Kerim Gökay, Abdullah Efendi Lokantası’nda öğle yemeğinde idirler. Saat 12.30 dolayında kendilerine, Selanik’te bulunan Atatürk’ün doğduğu evin bombalandığı haberi gelir. Menderes haberin radyodan verilmesi için talimat verir. İstanbul Radyosu saat 13 bülteninde haberi yayınlar. Aynı saatlerde, iktidar yanlısı İstanbul Ekspres gazetesi ikinci baskı yapar. Normalde 20.000 basan gazete o gün 290.000 basar. Kıbrıs Türk’tür Derneği genel sekreteri de tahrik edici bir demeç verir. Yükseköğrenim gençliği ile bu derneğin örgütlediği yürüyüş ve mitinglerde olaylar çıkar. Önce Rumlara ait gazetelerin binaları basılır, Beyoğlu ve Taksim’de yakıp yıkmalar olur. Olaylar kontrol altına alınamaz ve kısa sürede yağmaya dönüşür. Kiliseler, evler, işyerleri tahrip edilir. Olayları yatıştırmak ve önlemek amacıyla sıkıyönetim ilan edilir. 5000 kişi gözaltına alınır. Hükümet olayı muhalefetin üstüne yıkmak ister. İçinde CHP’lilerin de bulunduğu Kıbrıs Türk-tür Derneği kapatılır. Polis ise olayların komünist kışkırtıcılar tarafından çıkarıldığını öne sürer ve aralarında Aziz Nesin, Hasan İzzettin Dinamo ve Kemal Tahir gibi solcu yazarların bulunduğu 43 kişi tutuklanır ve yargılanır. Dava 1956’da beraatla sonuçlanacaktır (Dinç vd, 2000: 134).

Demokrat Parti hükümet olduğu yıllarda basın özgürlüğünü sınırlayan bir takım yasalarla da dikkatleri üzerine çekmiştir. 1956 yılında “Yayın yoluyla ve radyoyla işlenen suçlar kanununa yeni maddeler eklenmiş ve basın kanununda bir takım değişiklikler yapılmıştır.

Son derece yoruma ve kötü kullanıma açık olduğu iddia edilen bu yeni düzenlemeler den bir tanesi şöyledir:

"Kötü niyetle veya özel maksada dayanan yayında bulunmak veya devletin veya hükümetin dışarıdaki itibar veya nüfuzunu kırarak şekilde asılsız, mübalâğalı veya özel maksada dayanan haberlerin dışarıda yayınlanmasına sebep olmak..." (Topuz, 2003: 200).

Topuz bu değişiklikler ve özellikle bu madde ile ilgili şöyle bir yorum yapar:

Ne demektir kötü niyetli haber yazmak, özel maksada dayanan yayında bulunmak? Bir gazetecinin çok iyi bir niyeti başka birine' göre kötü bir niyet sayılmaz mı? Ne demektir, "Hükümetin itibarını saracak biçimde abartılmış veya özel maksada dayanan bir haberin dışarıda yayınlanmasına sebep olmak. (2003:200).

Altan Öymen ise gazeteci kimliği ile basının dönem itibariyle yaşadığı sıkıntıları şöyle dile getirir:

"Mesela belediyeyi eleştiririz. Su yok deriz. Hakikaten o gün şehirde su akıyor. Bir fotoğraf neşretmişiz; bir çeşme başında kovalarıyla su kuyruğuna girmiş insanlar. O fotoğrafı tekzip için musluk resmi gelir. Su akan bir musluk. Eskiden mi çekilmiş, yeni mi belli değil. Ve bunu yazanlar gazetenin ağzından yazıyorlardı tekziplerini. İşte biz dün şöyle bir yayında bulunmuştuk. Bu yayınlamamız yanlıştır, yalandır. Okuyucularımızdan özür dileriz diyorlardı. Bir gün öyle bir şey oldu ki bütün bu tekziplerin hepsi bir güne geldi. Birinci sayfayı tümüyle kaplayacak şekilde bir tekzip akınına uğradık. Bunları yayınlamak zorundaydık ve yayınladık. Olduğu yerlere koyduk. Birinci sayfada haber de vermek zorundayız tabii. Birinci sayfa haberlerini son sayfaya aldık. Birinci sayfa aşağı yukarı tamamen tekzip dolu oldu"(Aktaran: Birand vd, 1999: 118).

Basın üzerindeki o dönemki baskıların arttığının bir kanıtı da 238 gazetecinin Demokrat Parti Hükümeti'nin son 4 yılında mahkûm edilmiş olması gösterilmektedir(Birand vd, 1999:118).

Görüldüğü üzere özellikle basına ilişkin ucu açık ve suçlamalara her türlü olanağı tanıyan yasalar o dönem içinde Demokrat Parti Hükümeti'nin fazlasıyla eleştirilmesine neden olmuştur. Hükümetin kontrolünde olan radyo içinse bu tutum farklı değildir.

Turgut Er'e göre 1950–1960 yılları arasında radyo yayınları üzerinde büyük tartışmaların yapıldığı bir dönemdir. Demokrat partinin 10 yıllık iktidarı zamanında radyoların iç siyasette halkı yönlendirici bir silah olarak kullandığı iddialarına karşılık verilen cevaplar hakkında birçok yazı yazılmış ve birçok kitap neşredilmiştir. Bu da göstermektedir ki radyonun, kamuoyu oluşturmadaki etkinliğinin, devletler ve yönetimlerce vazgeçemeyeceği bir araç olduğudur(2003: 99-100).

Vural'a göre "Radyo üzerinde hükümetin yoğun baskısı başlangıcından 1960 yıllarına değin giderek artmış ve aracın tek yönlü hükümet yanlı kullanılması sonucunu doğurmuştur. Egemen güç ile muhalefetin önemli tartışmalarına hedef olan bu nokta, önemli boyutlara ulaşmıştır. Bütün bunlar 27 Mayıs yönetiminin gelmesine taban oluşturan, yol açan faktörler olmuştur." (1986:118).

İhtilalin 1960 yılının 27 Mayıs gününde meydana gelişinde de o dönemin en önemli kitle iletişim aracı kabul edilen radyo kullanılmıştı ve radyo dinleyenleri, Türk Silahlı Kuvvetlerinin girişiminden yine Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sesinden yapılan şu anonsla haberdar olmuştur:

"Dikkat dikkat... Muhterem vatandaşlar. Radyolarınızın başına geçiniz. Güvendiğiniz Silahlı Kuvvetlerimizin sesi birkaç dakika sonra size hitap edecek." (Çankaya, 2003: 56).

1.1.2.3. TRT Dönemi

27 Mayıs İhtilali 1960 yılında gerçekleştirildiği sırada Türkiye içinde bulunduğu ekonomik ve toplumsal sıkıntılarla uğraşırken, radyo yayıncılığı içinde önemli bir dönüm noktasına gelinmiştir. Bu dönüm noktası 1964 yılında Türkiye Radyo Televizyon kurumunun kurulmasıyla netleşmiştir.

İhtilalden sonra 1961 yılında yeni bir anayasa oluşturuldu. 1961 anayasasıyla beraber radyo yayıncılığı ile ilgili bir takım önemli değişiklikler meydana gelecekti. 1961 Anayasası ve radyo yayıncılığı ile ilgili olarak Er "1961 Anayasası'nın, özerk radyonun oluşturulmasına dönük emri doğrultusunda çalışmalar başlatılmıştı. Toplanan radyo yayınları Danışma Kurulu'nca tespit edilen ilkeler, Basın ve Yayın Turizm Genel Müdürlüğü'nce onaylanarak uygulanmaya başlandı. Yayın programlarında değişiklikler yapıldı. Yeni programlar ilave edildi. 27 Mayıs harekâtı'nı yurt içi ve yurt dışı kamuoyuna anlatan programlar üretilerek yayınlandı" (2003: 100) demektedir.

Türkiye'nin karşılaştığı ilk ihtilalin yaşandığı 1960'lı yıllarda dünyada ABD'nin kendisini bile tarif ederken kullandığı “karma ekonomi”^{*} işlemiştir. Dünya çapında savaşların yaşandığı, bir yandan da bloklar arası gerginliğin hat safhada olmasının nedeni olan soğuk savaş devam ederken, ihtilal hükümeti ekonomide düzenleme kararı almış ve “iktisadi planlama” gündeme getirilmiştir. Dönem bütün batı kampında planlamanın yayıldığı, iktisatçıların yeni teknikler geliştirdiği bir çağdır. Ülkelerin başarısı, büyüme hızının yüksekliği sanayileşme ve gelir bölüşümünü düzeltmeyle ölçülmüştür. Serbest piyasa ekonomisi ile dünya pazarına katılma rafa kaldırılmıştır (Kazgan, 1999: 95). Sosyal devlet ilkesinin SSCB tehlikesi karşısında kapitalizmin devam edebilirliği açısından büyük önem kazandığı bu yıllarda Türkiye, ayak uydurmaya çalıştığı batılı devletlerin demokrasi anlayışını yerleştirmeye çalışmış ve dünyada olduğu gibi gelir dağılımını düzenlemek istemiştir. O dönem içinde ihtilal sonrasında kurulan TRT'nin özerk bir kimlikte olması ise hem bu demokratikleşme çabası hem de hem de Demokrat parti örneğinde olduğu gibi özellikle radyonun tek taraflı siyasi emellere alet edilmesi doğrultusunda ülkenin siyasi hayatının demokratikleşmesine engele teşkil edebilecek bir radyo yapılanmasının yerine daha iyi bir modelin yerleştirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.

DP ve önceki Dönemlerde radyonun iktidarların borazanı haline gelmesi fazlasıyla tepki toplamıştır. Bu nedenle CHP ilk hedefler bildirgesine özerk radyo ilkesini koymuştur. 1961 Anayasası'nın 121. maddesi konuyu şöyle ortaya koymaktadır: “Radyo ve Televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir.” (Çavdar, 2008: 106). Dönemin koşullarında yeni oluşturulan TRT'nin özerk olması kaçınılmazdır ve demokratikleşmeye çalışan Türkiye'nin mücadelesinde son derece önemli bir karardır. Bu noktada üzerinde durulması gereken konu demokratikleşme ya da sosyal devlet ilkesinin ön plana çıkış nedenlerinin alt yapısıdır. Görülen odur ki kapitalist üretim biçiminin siyasi ve ideolojik anlamda tehlikeye düştüğü 1960'larda ekonominin yaşadığı sıkıntılar devlet müdahaleleri ile çözülmeye çalışılırken bir yandan da kapitalist üretim içindeki toplumların sistemlere bağılılıklarının sağlanması için gelir seviyelerinin, siyasal ve

^{*} Batıda Keynes'in başlattığı müdahaleci kapitalizmle birlikte gelen ekonomik sistem.

sosyal hakların arttırılması şart olmuştur. İşte böyle bir toplumsal ve ekonomik koşul içinde TRT 1964 yılında Özerk olarak kurulmuştur.

1961 Anayasasının 121. maddesine dayandırılarak o yıllarda "Özerk kamu tüzel kişiliğine" uygun yasa çalışmaları başlatılmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan komisyonda, 359 sayılı TRT yasa tasarısı, 24 Eylül 1963'de TBMM'de görüşülmeye başlanmıştır. 24 Aralık 1963 tarihinde kabul edilen yeni TRT Yasası 1 Mayıs 1964 tarihinde yürürlüğe girmiştir.(Er, 2003: 100) Böylelikle devlet tekelinde olan radyo yayıncılığı özerk bir kimliğe kavuşmuştur.

Özerk bir kimliğe bürünen radyo 1961 Anayasasının da sağladığı özgürlük ortamında tarihinde ilk kez devletin ağzı olmak çıkarak daha tarafsız bir şekle bürünmüştü. Bu tarafsızlıksa bir takım kişileri ve kurumları rahatsız etmiştir. Turgut Özakman dönemi şöyle anlatır.

1927'den 1964'e kadar bir merkezi hükümet organı olarak derece derece siyasi iktidarın emrinde ve hizmetinde kullanılan, tek yönlü yayınları kamuoyunu şartlayan ve tek bir siyasi görüşe göre oluşturan radyo, TRT'nin kurulmasıyla fiilen, her konuda tarafsız ve objektif yayın yapmaya başlayınca, uzun yılların alışkanlıkları ve yeni isteklerle karşı karşıya kalındı. Bu yeni statü ve statü gereği olan yayınlar çeşitli çevrelerce yadırgandı, yanlış anlaşıldı, ters yorumlandı, olumsuzca değerlendirildi. Bu, geçirilmesi zorunlu ve olağan bir durumdu. TRT bu dönemlerde, haklar ve gerçek olan olgular üzerinde tartışılmasını sağlamak için yaptığı çalışmalar dışında, her türlü polemikten uzak, günlük tartışmaların üstünde kalmıştır.(Aktaran: Dinç vd., 2000: 134).

1968 yılında önce Fransa'da, sonra öbür Avrupa ülkelerinde ve ABD'de üniversite gençliği kurulu düzen aleyhinde ayaklanmıştı. Bu hareket Türkiye'ye de ulaşmıştır. Fakat öbür ülkelerde görece kısa sürede gelip geçtiyse de Türkiye'de yerleşmiş ve 1970'de olaylar tırmanışa geçmiştir. Öğrenci olayları da "kent gerillası" tipine doğru kaymıştır. Banka soygunları ve Amerikalılara yönelik eylemler yapılmıştır. Üniversitelerde de büyük olaylar çıkarken işte bu ortamda, 1971 de Genelkurmay Başkanı ve Kuvvet Komutanları 12 Mart muhtırasını vermişlerdir. Muhtıra durumdan hükümeti ve Meclisi sorumlu tutmuş, çünkü Atatürk'ün ve Anayasanın öngördüğü reformları hükümetin yapmadığı düşünülmüştür. Bunu yapacak partiler üstü "kuvvetli ve inandırıcı" bir hükümet istenmişti. Durum karşısında dönemin Başbakanı Demirel istifa etmiştir (Akşin, 2001: 247-248).

1970'li yıllar dünya çapında ekonomik sosyal ve siyasal değişimlerin yaşandığı bir dönemi işaret eder. 1960'lı yılların son dönemlerinde meydana gelen ekonomik

ve sosyal sıkıntılar sonrasında Türkiye bir askeri müdahale ile daha karşılaşmış ve tüm dünyada sancılı geçecek olan 1970'li yıllara dünya ülkelerinde oluşan sıkıntılar paralelinde fakat kendi koşulları içinde daha farklı bir bağlamda girmiştir. Kazgan'a göre 1970'ler serbest piyasa ithali ve finans kapitalin etkilerine açılmanın başladığı dönemdir. Bu politikanın petrol krizini izleyerek gündeme gelmesi, enflasyon hızının dönemin sonuna doğru tarihsel rekor kırması, kayıt dışı ekonominin patlama noktasına girmesi dönemin önemli ekonomik özellikleridir. Dönem aynı zamanda özel girişiminde faaliyetlerinin patladığı, (Ortadoğu'dan başlayarak) dış dünyada etkinlik göstermeye başladığı yeni bir aşamadır (1999: 102). Bu dönemin başlangıcı itibarıyla özerk olan TRT'nin özerkliğine son verilmesi 1960'lı yıllarda TRT'nin bir takım siyasi görüş sahibini rahatsız eden yayınları ile bağlantılı olarak bu sıkıntılı süreçte yeniden iktidarların basının desteğine ihtiyaç duyması ile de alakalıdır. Dünya çapındaki ekonomik değişimler ve Türkiye'ye yansımaları sonucunda alınacak kararlar için toplumsal desteğin sağlanması önemi adına radyo ve televizyonun gücüne bir kez daha başvurulmuştur.

1971 yılında yapılan darbe sonrasında TRT'nin özerkliği kalkmış ve temel hak ve hürriyetlere sınırlamalar getirilmiştir (Akşin,2001:249). Anayasanın 121. maddesinde yapılan değişikliğe paralel olarak, 359 sayılı TRT Kanununu değiştiren, 1568 sayılı kanun, 21 Ocak 1972'de Millet Meclisinde, 10 Şubat 1972 tarihinde Cumhuriyet Senatosunda kabul edilmiştir. Yeni Kanun, 29 Şubat 1972 tarihinde Resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Birinci Nihat Erim, hükümeti zamanında yapılan bu değişiklikle, 359 sayılı kanunun birinci maddesinde yer alan, "Özerk" ifadesi. "TRT tarafsız bir kamu iktisadi kuruluşudur"'a dönüşmüştür (Kaptan, 2002: 47).

Uzun süredir yaptığı yayınlarla birçok grubu veya kişiyi rahatsız eden TRT'nin durdurulması ve yayınların yeniden 1961 öncesindeki gibi egemen ideolojinin kontrolüne alınması için darbeye birlikte harekete geçilmiştir. Dönemi Jülide Gülizar şöyle değerlendirir:

12 Mart Yönetimi daha ilk aylarda TRT'de kısıma başladı. Mahmut Tali öngören, Varlık Özmenek, Melih Aşık, Orsan Öymen, Sevgi Soysal, Yalçın Doğan, Ela Güntekin, Nuri ve Sezi Çolakoglu başta olmak üzere birçok TRT çalışanı evlerinden, işyerlerinden alınıp götürüldüler. Sezi Çolakoglu içeri atıldığında hamileliğinin son aylarındaydı (Gülizar,1995: 36).

İhtilal dönemi TRT için son derece sancılı geçmiştir. Ülkenin her yerinde sıkıyönetim hak ve özgürlükleri kısıtlarken, özellikle tarafsızlığını artık kaybetmeye başlayarak sıkıyönetimin kontrolüne giren TRT için Julide Gülizar TRT'nin bir toplantısında şu konuşmayı yaparak döneme ışık tutar:

" Şu toplantıda bulunanlar içinde en eski TRT'ci benim. Sizler 1964'te geldiniz, ben 1956'dan beri buradayım. Tarafsız yayın yaptığımızı söyleyelim, ama kendi kendimize bulduğumuz şu salonda bir şeyi de itiraf edelim. 1950-1960 dönemi radyosuna halk DP'nin borazanı derdi. Şimdi de sıkıyönetimin borazanı olduk. Bir ihtilal döneminde nasıl tarafsız yayın yapılır? Daha 7-8 ay öna TRT Yasasının pek çok maddesi değiştirildi, özerkliğimiz elimizden alındı. Siz hangi tarafsızlıktan söz edi." (Gülizar, 1995: 40).

1970'lerle beraber yeni bir şekil kazanan TRT artık bir devlet kuruluşu olarak tarafsız olma çabası içine bocalarken 1970lerin ortalarından itibaren toplumsal hareketlerin artması ekonomik sıkıntılar vb. yüzünde Türkiye tekrar bir dar boğaza girmiş ve bu süreç 12 Eylül darbesiyle son bulmuştur.

Radyolarda 12 Eylül 1980 sabahında toplum şu mesajla karşılaşmıştır:

"Yüce Türk Milleti,

Türk Silâhlı Kuvvetleri, İç Hizmet Kanunu'nun verdiği Türkiye Cumhuriyeti'ni kollama ve koruma görevini yüce Türk Milleti adına emir ve komuta zinciri içinde ve emirle yerine getirme kararı almış ve ülke yönetimine bütünüyle el koymuştur." (Topuz, 2003: 257).

1980 lerde TRT'de bir takım yenilikler yaşanmıştır. Radyo 3 FM yayıncılığı 1986 yılında stereo olarak başlamıştır. (Altunbaş, 2003: 33). 1983 yılında TRT 1 radyo yayınları ülke nüfusunun %90'ına, TRT 2 ise %82'sine ulaşmıştır. 1986 yılında ise radyodaki canlı yayın süreleri artmıştır. 1987 yılında TRT radyolarının 4. kanalı Radyo 4 yayına başlamıştır (Kaptan, 2002: 58-60).

12 Eylül Hükümeti de önceki darbelerde olduğu gibi elektronik yayıncılık ile ilgili yasayı değiştirmiştir. 14 Kasım 1983'te Yürürlüğe giren 2954 sayılı yasa, 359 ve 1568 sayılı yasaları yürürlükten kaldırır. Sadece TRT Kurumu için değil Türkiye'deki tüm radyo ve televizyonlar için yeni bir düzenleme getirir. Yasanın en önemli özelliği Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunu öngörmesidir. Bu kurul TRT'nin genel müdürünün belirlenmesinde ve yönetim kurulunun oluşturulmasında ayrıca yayınlarla ilgili politikalardan ve denetimden sorumlu ve yetkilidir (Dinç, 2000: 218).

1.1.2.4. Özel Radyolar

1990'lı yıllar dünyada değişim rüzgârlarının batıdan doğuya doğru estiği bir dönemdir. Özellikle SSCB'nin dağılması, Doğu Almanya'nın sistem değişikliği ve Federal Almanya'yla birleşmesi, Romanya'da Nikolay Çavuşesku'nun öldürülmesi ve kapitalizme geçiş vb köklü değişikliklerin dünya ekonomik ve siyasal hayatını etkilediği dönemde kapitalizm Çin Halk Cumhuriyeti, Vietnâ, Küba gibi ülkeler dışındaki tüm dünya ülkeleri için tam anlamıyla kaçınılmaz olmuştur. Bu dönüşüm çift kutuplu dünyanın tek kutuba düşmesiyle ve küreselleşme gerçeğinin tepe noktaya ulaşmasıyla Türkiye'yi de fazlasıyla etkilemiştir. Türkiye'de 1980'li yılların sonlarına doğru başlayan özelleştirme politikası değişen dünyaya entegre olma çabasının bir göstergesidir.

1970'li yıllarda ekonomik anlamda yaşanan fordizmden post-fordizme* geçiş, sosyal bilimler yazınında hâkim görüşe göre kapitalizmin bir fazından diğer bir fazına geçiş olarak algılanmaktadır. Murray (1989), Hebdige (1989), Hirst (1989) ve Smart (1992) gibi birçok yazar fordizm'den post-fordizme geçişi, düzenli (organize) kapitalist ekonomiden düzenli olmayan kapitalist ekonomiye bir geçiş olarak tanımlar (Dağdelen, 2005). Bu geçiş ile birlikte alt yapının değişmesiyle üst yapıda da toplumsal ve politik değişikliklerle karşılaşmıştır.

Fordizmle beraber hükümetlerin uygulamaya başladıkları sosyal devlet ve kalkınmacı devlet ilkesinin yerini Liberalizasyon, deregülasyon*, özelleştirme, yerelleşmenin aldığı post-fordizmde Jessop'a göre “Devlet fordist devletin aksine talep yönünü değil arz yönünü organize etmeye yönelir. Esnek arz yönlü stratejilerle

* Henry Ford'un bilimsel yönetim ilkeleri ile birleştirerek tasarladığı üretim sistemi ile gündeme gelen fordizme karşılık, kimi yazarlarca post-fordizmin ilk çıkış noktasının da yine otomotif sektörü olduğu ve post-fordizmin anılan sektör odağında uygulanarak geliştirilen esnek üretim ve yönetim teknikleri ile ortaya çıktığı ileri sürülebilmektedir. Bu bağlamda Taichi Ohno'nun 1980'lerde geliştirdiği “Toyota Üretim Sistemi”nin post-fordist üretim paradigmasında önemli yere sahip bir model olduğu söylenebilmektedir (Dağdelen, 2005: 3).

* Deregülasyon kavramı Avrupa'ya 1980lerin başında ABD'den ithal edilmiştir. Neo- liberal doktrinin yaşama geçirilmesi sürecinde ortaya çıkan uygulamalardan biridir. Pazar ekonomisinin yeniden yapılandırılması ve devlet müdahalesinin en aza indirilmesi doğrultusunda, özellikle tekelleşmeyi önlemek için oluşturulmuş olan ayrıntılı yasal düzenlemelerin piyasanın serbestçe çalışmasına engel olduğu gerekçesiyle ekonominin belirli sektörlerini çevreleyen mevzuatın azaltılması ve serbestleştirilmesi anlamını taşır (Pekman, 1997: 58)

üretimdeki rijiditeleri *gidermeye çalışır ve sosyal harcamaları kısmak içinde talep yönündeki rijiditeleri inşa eder. İşlevler değişmekle birlikte post fordizmde devletle ilgili beklentiler son derece önemlidir (Aktaran: Belek,1999: 256). Postfordizm'in medyaya yansımaları ise serbest pazar ekonomisinin gelişimi ve reklam ihtiyacı ile alakalı olarak başlar. Kamu modelinin benimsendiği Avrupa'da devlet tekelleri kırılarak özel kanallar açılmaya başlanır. Pekman'nın ifadesiyle kamu yayıncılığının yıkılmaya başlamasıyla 1980'lerde Avrupa ülkelerini deregülasyon tanımı altında toplayan ve yasal çerçevelerin değiştirilmesi ile yayıncılığın özelleşmeye açılmasına olanak tanıyan bir aşamaya gelinmiştir (Pekman, 1997: 61).

Post-fordizm öncesinde sermayenin ulusal bir yapılanışı söz konusu iken post-fordizmle beraber küreselleşme hâkim olmaya başlamıştır (Dağdelen, 2005). Kazgan'a göre o yıllarda Türkiye'yi de içine alan küreselleşmenin amacı ve işleyişi şöyledir. "Küresel boyuttaki bu yeniden yapılanmada amaç çok açık: Mal, hizmet, her biçimiyle sermaye için dünya pazarı serbestleşme/özelleştirme yoluyla kurulurken, yerel yönetimler doğrudan küresel pazarla ilişki kuracak; ulusal pazar, ulusal sermaye ve emeğe ilişkin ekonomi düzlemindeki işlevleri, yetkileri ve sorumlulukları açısından ulus-devlet, erki en aza indirilmiş bir örgüte dönüşecek." (2002: 34).

Tam anlamıyla bu anlayışı benimsemeye çalışan Türkiye'de de özelleştirme ile devletin ekonomide 1930'larda belirlediği devletçilik anlayışı terk edilerek, devletin tekelinde olan hizmet veya ürün satan çeşitli kurumlar özel sektöre devredilmeye başlanmıştır. Devletçilik ilkesinin başlamasıyla devlet tekeline alınan radyo yayıncılığı için ise yeni bir değişiklik süreci, benimsenen yeni ekonomik anlayışla paralel oluşmaya başlamıştır. Bu süreç Avrupa 1980'lerde hukuki düzenlemelerle gerçekleştirilen deregülasyon politikasının bir uzantısı olup Türkiye'ye yaklaşık 10 senelik bir gecikme ile gelmiş ve yayıncılık anlayışını tümünden değiştirecek yeniliklerin başlangıcı olmuştur.

Türkiye'de özel yayıncılıkla ilgili olarak 12 Ocak 1989 tarihli bir yasanın önemli bir yeri vardır. 3517 sayılı yasa ile TRT vericilerinin tümü PTT'ye devredilir. Yoğun çalışmalar sonucunda, 16 orta ve uzun dalga, 102 FM, 5 kısa dalga radyo

* Esnemezlik, değişmezlik, sabitlik anlamındaki kelime.

vericisi, 72 adet küçük güçlü TV verici ve aktarıcısı 1 Mart 1989'da PTT'ye verilir, bununla birlikte, vericilere ait her türlü bina, arazi, altyapı ve televizyon programları ileten 3000 kilometrelik radyolink sı de uzmanlaşmış 1400 personeliyle birlikte PTT'ye devredilir (Dinç, 2000: 221). TRT yoğun itirazlarına rağmen belediye, polis, üniversite ve çeşitli kamu kurumu radyoları yayınlarına devam eder. Henüz özel radyolar yoktur ancak kısa sürede radyo yayıncılığı Türkiye’de hızla değişecektir.

O yılları Cankaya şöyle özetler:

“1990’lı yılların başında, Türkiye’de 1982 Anayasası, 2813 Sayılı Telsiz Yasası ve 2954 Sayılı TRT Yasası yürürlükteydi. Var olan hukuk düzeni ve yürürlükteki yasalar çerçevesinde, radyo-televizyon yayıncılığı devletin denetiminde ve tekelindeydi. Var olan fiili duruma bakıldığında; kamu kuruluşları içinde TRT dışında, Polis Radyosu, Meteoroloji Radyosu, Bakanlık ve KİT radyoları, Üniversite radyolarının yayın yaptıkları görülmüyordu. Polis Radyosu, TRT’nin müzik denetiminden geçmeyen parçaları yayınlayıp, arabesk müzik çaldığı için geniş bir dinleyici kitlesine sahipti. Oysa kuruluş amacı, göreviyle ilgili duyurular yapmak ve uyarılarda bulunmaktı.”(2003: 256)

Özel yayıncılıkla ilgili ilk gelişme ise 1990 yılında yayınına Yurt dışından başlayan Magic Box Star 1’ televizyonu ile olmuştur. Almanya’dan ilk kez korsan olarak yayına başlayan kanalı başka televizyon kanalları ve radyo istasyonları izlemiştir. Ünlüler’e göre böylece “Kısa sürede yasal dayanaktan yoksun ancak kamu ve özel olmak üzere ikili bir yayıncılık sistemi fiili olarak gerçekleşmiştir” (Ünlüler,2005:121) bu dönemde yayınlarına başlayan radyolar şöyledir: Genç Radyo, Radyotek , Metro FM, Number One FM, Power FM, Enerji FM, Show Radyo Süper FM , Blue FM, Hür FM, Best FM, Radyo 34, Mega Radyo, Kulüp Radyo, BRT, Meta FM, İstanbul FM, Spor FM, Ak Radyo (Çakır: 2005: 42).

1993 yılında, özel radyoların hava ve deniz trafiğini olumsuz etkilediği hususunu göz önünde bulunduran Ulaştırma Bakanlığı Telsiz Genel Müdürlüğü, özel radyo yayınlarını yasaklamıştır. Aynı yıl Anayasanın 133. maddesinde yayınların tekel durumu kaldırılarak, özel yayıncılığa izin verilmiştir.(Aziz, 2002: 228-229). Bu yasa değişikliğinden sonra 24 Nisan 1994’te Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında kanun yürürlüğe girmiştir. Yasa hem özel kanalları hem de TRT’yi kapsamaktadır (Cankaya, 2000: 38). Kanun, radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesi ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi amacıyla düzenlenmiştir. Kanun 24.04.1994 tarihinde

yürürlüğe girmiş ve 15.05.2002 tarih ve 4756 sayılı Kanunla 3984 sayılı Kanunun çeşitli maddelerinde ek ve değişiklikler yapılmıştır (RTÜK,2008:1).

Halen karasal ortamdan yayın faaliyetine devam eden kuruluşlar, (Radyo: 22.06.1995 – 08.12.1995 tarihleri) yasal süresi içerisinde Üst Kurula lisans başvurusunda bulunan anonim şirket statüsünde olan veya Mahkeme Kararları çerçevesinde başvuruları kabul edilen yayın kuruluşlarıdır. Ulusal radyo sayısı 35, bölgesel radyo sayısı 99 ve yerel radyo sayısı 948 olmak üzere radyo yayını yapan kuruluşların sayısı 1082’dir (RTÜK, 2008: 1).

Özel radyoların yayına başlamasıyla TRT radyolarında 2000’li yıllarda değişim başlamıştır. Türkiye'deki radyoculuk geleneğinin en köklü postası Radyo-1 de, 29 Ocak 2001’den itibaren, 07.30-19.00 saatlerin kapsayan gündüz kuşağındaki yayın formatı tamamen değiştirilerek, tümüyle söze dayalı bilgi verici programlar yayınlanmaya başlamıştır. Her saat başı haberlerin yer aldığı Radyo-1’de hemen bütün programlar canlı olarak sunulmaktadır. Bunun dışında Radyo 2 (TRT-FM) popüler, Radyo 3 batı ve klasik, Radyo 4 de Türk Müziği kimlikleriyle daha ön plana çıkacak şekilde yeniden gözden geçirilmiştir. Aynı şekilde, bölge radyolarının yayın prototipleri de dinleyicilerin istek ve önerileri dikkate alınarak yeniden düzenlenmiştir (TRT, 2005: 62).

1.2. Radyo Haberciliği

İlk düzenli yayın yapan radyo istasyonlarının sanayileşmiş ülkelerde 1920’lerde ortaya çıkması ile birlikte radyo haberlerinin ilk örnekleri de sunulmaya başlanmıştır. Geçmiş yıllarda yazılı kültürün ürünü olan gazetelerden haber alan toplumların, bu alışkanlığının yanına yeni bir kitle iletişim aracı olan radyo da eklenmiştir.

Radyonun haberi aktarışı yapısal özelliklerinden dolayı yeni bir gazetecilik anlayışının oluşmasına neden olmuştur. Tokgöz’e göre bu anlayış “Konuşma şeklinde haber verme” olarak adlandırılırken basit bir dille hazırlanmaya çalışılan haberlerde hiçbir zaman yerleşmiş haber kuralları ortadan kalkmamış ancak kendi yapısı içinde yeniden uyarlamıştır (Tokgöz, 1994: 297).

Bu yeni haber türüyle bir anlamda toplumlar, yazılı kültürden yeniden sözlü kültüre geri dönmüşlerdir. Önceleri haber alma için kullanılan ve yazılı kültürün ürünü olan gazetelerin geliştirdiği haber anlayışı habere erişim ve haberin algılanışı

radyoda farklı bir şekle bürünerek yeniden sözlü kültürde olan şeklin bir benzerine dönüşmüştür.

Yazı insan bilincini en çok değiştiren tekil buluştur ayrıca bağımsız bir dil ve özerk bir söylem oluşturur. Temeli sözlü kültürde olan kelimeler yazıyla görsel boyutta hapis olurlar. Yazı öncesi dönemi birinci sözlü kültür olarak nitelendiren Ong’ a göre artık birincil sözlü kültüre* rastlamak çok zordur (Ong, 2007: 25-97).

Ong’a göre günümüz ileri teknolojiyle yaşantımıza giren radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların “sözlü” nitelikleri, üretim ve işlevi önce yazı ve metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştürüldüğü için “ikincil sözlü kültür”ü oluşturur (Ong, 2007: 24). Bu anlamda radyo haberleri radyo yayıncılığının başladığı ilk tarihten itibaren yeni bir tür şeklinde meydana gelmiştir. Bu meydana gelişte yine metinlere bağlı kalındığı için de “ikincil sözlü kültür”ün ürünü olarak karşımıza çıkar.

Bu kısım içinde radyo haberciliğinin dünyadaki ve Türkiye’deki tarihi sürecine ve gelişimine yer verilmiştir.

1.2.1. Radyo Haberciliğinin Tarihi

İkincil sözlü kültürün radyoda haber olarak karşımıza ilk çıkışı ile ilgili olarak Keith 1920 yılında Detroit’de yayın yapan WWJ isimli radyodan ve daha sonraki dönemde tarihin ilk düzenli yayın yapan radyosu olarak kabul edilecek KDKA’dan bahseder. Haberle ilgili ilk girişimler o dönem için son derece cesur bulunurken 1920 sonlarına kadar son derece yavaş gelişmiştir (Keith, 2000: 153).

Tüm kaynaklarda iddia edildiğinin aksine dünyada ilk düzenli haber bültenini hazırlayıp sunan radyonun KDKA olmadığı savunan Micheal Emery ve Edwin Emery, Detroit’ de deneysel amaçlı kurulan 8MK isimli radyodan bahsederler. 8MK isimli bu radyo 20 Ağustos 1920’de Detroit News’in gazetesinin binasından başladığı yayınlarında aynı gazetenin sponsorluğu ile haber bültenleri yayınlamıştır (1996: 278).

Amerika da gazeteler bu yeni elektronik medyayı güçlü bir rakip olarak algılamaya başlamıştır ve okuyucudaki korkutan azalma ile gazetelerin tepki

* Birinci sözlü kültür, iletişimin sadece konuşma diliyle gerçekleştiği ve hiçbir şekilde yazının ve matbaanın bilinmediği bir dönemdir.

göstermesi sonucunda radyo istasyonlarına haber konusunda boykot uygulamışlardır. Böylelikle radyolar en önemli kaynaklarını kaybetmiştir (Keith, 2000:153). Bu durumun nedenleri arasında reklam paylarının önemli bir etken olduğu bilinmektedir. Ancak durumun önemli bir boyutu ise 1927 yılı içinde Amerika Birleşik Devletlerinde Amerikan Gazete Yayıncıları Derneği'nin raporuyla ortaya çıkmaktadır. Bu rapora göre o dönemde 48 gazete kendi radyosuna sahiptir. Yine aynı rapor gazetelerin sahipleri olmadıkları radyolarda da 69 programın gazeteler tarafından sponsor desteği aldığını göstermektedir. Yüksek dereceli radyoların da yarısından fazlasının gazetelerle yakın ilişki içinde olduğu bilinmektedir (Emery and Emery, 1996: 279). Genel görünüm böyle iken gazetelerin tepkileri doğrultusunda radyo haberciliği yeni bir hal almaya, haber merkezlerinde muhabirler çalıştırmaya ve kendi haberlerini toplamaya başlamışlardır. 1934 yılında ise United Press, International News Servis ve Associated Press, haberlerini radyo istasyonlarına satmaya karar verirler ve böylece boykot da ortadan kalmış olur (Keith, 2000: 153).

Radyo haberciliği tarihinde çeşitli ülkelerde gazetelerin radyodan haber yayınlanmasına tepki göstermesi, haberlerin gazete haberlerinden aktarılıyor olmasıydı. Amerika Birleşik Devletleri'nde gazetelerin bu duruma karşı çıkması ve hukuki mücadele başlatması radyo haberciliği ve genel olarak kitle iletişim araçlarının haber aktarımları ile ilgili çok önemli bir kararın da alınmasına neden olmuştur. Bu karar radyo istasyonlarının gazete ve diğer basılı haber unsurlarını kaynak olarak kullanabilmesini sağlamıştır. Habercilikle ilgili bu konu hakkında açılan mahkeme ile, özel ifade ve anlatımların telif haklarının korunacağı söylenece, haberin gerçek içeriğinin halkın mülkü olduğu, kimsenin haberin sahibi olmadığı kararına varılmıştır. Radyo istasyonları karardan sonra, artık haberleri kendi çalıştırdıkları muhabirleri yapmasa bile yayınlaya bilirlerdi (Defleur and Dennis, 2002: 178).

Kuruluşundan (1922) 3 sene sonra İngiltere'de yaygınlığını arttıran BBC radyo haberlerinde ise ilk senelerde başarısız olmuştu. İngiltere'deki büyük basın kuruluşları BBC'yi haber işinden uzak tutmuşlardı. Bültenler ajanslardan alınan haberlerle yapılırken, gazete satışları düşmesin diye 19.00'dan sonra yayınlanmıştı (BBC, 2009).

Radyo, İkinci Dünya savaşında param parça olan, dünyanın en önemli haber aracı olmuştur. ABD İkinci Dünya savaşına girmeden önce bile dünyanın dört bir yanındaki muhabirler Newyork'a önemli olayların raporlarını göz tanıkları olarak iletebilmişlerdir. Amerikalılar 1940 yılında Londra'nın Alman Hava Kuvvetleri tarafından bombalanışını Edward R. Murrow'un anlatımıyla birinci kaynaktan dinlemişlerdir. 1941 yılında ise iki bin Amerikan askeri ve bir o kadar sivilin Pearl Hurbor'da Japon saldırısı ile hayatlarını kaybettiklerini ve amerikan donanmasının ağır yara aldığını radyodan öğrenmişlerdir (Defleur and Dennis,2002:178)

1940'lı yıllarda İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanya'nın propaganda silahı olan Alman radyoları karşısında, radyoların da savaşı olarak kabul edilen bu çarpışmayı BBC kaybetmek üzereydi. 1943 yılında BBC savaş raporları ünitesini kurmuştur. Bu ünitenin üyesi olan haberciler sert bir askeri eğitime tabi tutulduktan sonra BBC mühendisleri tarafından savaş alanları için geliştirilen yeni kayıt cihazları ile donatılmıştır (BBC, 2009). O dönem için radyo haberciliği adına çok büyük bir başarı sağlayan BBC radyo savaşlarından da galip çıkmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika'da radyonun haber kaynağı olarak görülmesi durumu tepe noktasına ulaşmıştır. Spot haberler, röportajlar ve yorumlar savaşı Amerikanın oturma odasına getirmiştir. Radyonun ve telsizin sadece askeri amaçlarla kullanıldığı Birinci Dünya Savaşının aksine, İkinci dünya savaşı boyunca radyo dünyanın diğer yerleri ile ABD'nin bağıını sağlamıştır. Haber programları bu sıkıntılı dönemde olgunlaşmış ve halk bu yeni aracıya iyice alışmıştı. Radyo haberciliği bu dönemde daha güvenilir ve inandırıcı olmaya başlamıştır (Keith, 2000: 153).

Radyo haberciliğinin gelişimi konusunda en önemli çabalar İngiltere'de karşımıza çıkmaktadır. BBC'nin tüm kanallarına haber sağlamak için kullandığı Genel Haber Servisi dışında İngiltere'deki ticari radyolara haber sağlamak amacı ile 1973 yılında Independent Radio News kurulmuştur. Kuruluş sadece radyolara haber sağlayan bir ajanstır ve 24 saat boyunca bültenlere geniş kapsamlı kaynak oluşturur. Bir diğer radyo haber ajansı Metro Networks ise başlangıcında sadece İngiltere'de ticari radyolara trafik ve seyahat haberleri veren bir ajans iken günümüzde uluslar arası ve ulusal haber sağlayan bir durumdadır. 1996 yılına kadar sadece Radyo Virgin'e hizmet eden ajans artık Amerika'da da hizmet vermektedir. Network News

ve Reuters haber ajansları da 1996 yılında radyolara yönelik haber sağlama girişimlerini başlatmıştır (Chantler ve Harris, 1997: 18-19). Bu girişimler özellikle radyoların yerel haberler dışına çıkarak hızlı bir şekilde ulusal veya uluslar arası haberlere bültenlerinde yer vermesini sağlarken geniş kapsamlı haber merkezleri oluşturma veya haberci çalıştırma zorunlulukları da ortadan kalkmıştır.

Bir haber medyası olarak uzun süre toplumların en önemli haber kaynağı olan radyo dünyanın birçok yerinde artık öncelikli olarak bir eğlence aracı olarak görülmektedir. Bunda elbette televizyon ve internetin payı büyüktür.

ABD’de 1980’lere kadar Federal İletişim Komisyonu (FCC) her radyo istasyonunun minimum miktarda da olsa haber yayınlamasını zorunlu tutmuştur. Bu zorunluluk ABD’de 1980lerin başındaki deregülasyon politikasıyla ortadan kalkmıştır. (Norberg, 1996: 77).

1990’larda radyo kayıt altına alınmış müzikle yapılan ucuz maliyetli programlarıyla tam bir eğlence aracına dönüşmüştür. Pitsburg’un 1920lerde ilk haberi yayınlayan tarihi KDKA radyosu bile 1991’den sonra haber yayınına akşam saat 20.00’den sonraya kaydırmıştır. Bir çok metropol radyosuysa haberlerini minimum yerel personelle yaparken çoğu zaman bir yada iki personel kullanmışlardır. Bu personeller de gündüz saatlerinde çalışan haber sunucularıdır. Haberler ajansların haberlerine dayandırılarak yapılır (Vivian, 1999: 177).

Öte yandan günümüzde yurt dışında yapılan araştırmalar radyo haberciliğinde görülen gerilemeye rağmen radyo haberlerinin en çok kullanılan kaynaklar arasında olduğunu göstermektedir.

Radio Advertising Bureau isimli kuruluşun araştırmasına göre % 50 üzerinde yetişkin insanın günün ilk haberlerini radyodan almaktadır (Aktaran: Keith, 2000: 154). 2000 yılında yapılan araştırma müzik ve eğlence ağırlıklı bir görünüm kazansa da halen radyonun diğer kitle iletişim araçlarından avantajları ve farklılıkları yüzünden haber konusunda çok önemli bir kaynak olduğunu göstermektedir.

Bu araştırma sonucunda sabah haberlerini radyodan alma oranları televizyon, gazete ve diğer kitle iletişim araçlarından 12 yaş üzeri tüm yaş gruplarında açık ara fazladır. Sabah haberleri için Amerika’da yapılan bu araştırmanın sonuçları bize % 50 oranında sabah haberlerinin radyodan alındığını ortalama %30 oranında televizyon ve %14 oranında gazeteden alındığını söylerken, diğer kitle iletişim

araçlarının oranı ise % 6 olarak belirlenmiştir. Gün ortasında radyodan haber alma oranı ortalama % 40 a düşerken diğer kitle iletişim araçlarının oranları yükselir ancak yine sonuç olarak radyodan haber alma oranı diğer kitle iletişim araçlarından yüksektir. Acil durum haberlerinde de radyo %50 oranının üzerinde olup televizyondan fazla kullanılan bir araçtır. Araştırmada dikkat çeken diğer bir hususta genel haber kaynağı olarak radyonun yine televizyon, gazete ve diğer kitle iletişim araçlarından fazla orana sahip olmasıdır (Aktaran: Keith, 2000: 154)

Bir diğer kaynakta 1996 yılında ki bir araştırmadan bahsedilir. Buna göre önceki dönem araştırmalarda haber kaynağı olarak kamuoyu araştırmalarında ilk sırada televizyon ikinci sırada gazetenin olması radyo haberciliğini geri plana iterken, son dönem yapılan araştırmalar ile radyo haberleri ile ilgili oldukça önemli unsurlar ortaya konulmuş ve haber adına da radyonun rolünü yeniden belirlemiştir. Yeni çalışmalarda Amerika’da halka ilk haberi hangi kaynaktan almayı bekledikleri sorusunun yanıtı radyo olmuştur. Televizyon ise 2. sırada yer almıştır (Norberg, 1996: 78).

Bu araştırmaların yapıldığı senelerde özellikle internet haberciliğinin günümüzdeki kadar gelişmediğine dikkat çekmek gereklidir. Radyoda özellikle haber sürelerinin kısılması da çok önemli bir haber kaynağı olsa bile, radyonun bu durumunu şuan tam olarak kullanamadığı ve haberlerin müzik ve eğlenceye yenik düşmesi nedeniyle radyoların gereken etkiyi sağlayamadıkları gerçektir.

Müzik ağırlıklı yayın yapan istasyonlar haber yayınlarını azaltmışlardır. Vivian’a göre gerçekte haber yayınlarken bile şunu derler: “Bu kişilerin (Haber sunucusu) haber yapmasına müsaade edin, biz az sonra müzik yapmaya devam edeceğiz.” Vivian gerekçenin ise pahalı olan toplum meseleleri ve haberleri bir kenara bırakarak kar amaçlı hareket etmek olduğunu ve kayıt altına alınmış müzik unsurlarının kullanılmasının daha ucuz olduğunu söyler. Sonuç ise çok az sayıda istasyon ciddi olarak haber sunumu yapar ve toplum meselelerine eğilir (Vivian, 1999: 177).

Radyonun özellikle günümüzde arabalarda yaygın olarak dinlendiğini söyleyen Kalbfeld’e göre televizyon izlenemeyecek veya gazete okunamayacak yerlerde dinleyicinin başka şeylerle de uğraşırken tercih edilen radyo ayrıca sabahları hala kullanılan hızlı bir bilgi kaynağıdır (2001: 22).

Sayıları az da olsa dünyada sadece haber yayını yapan radyo istasyonları da bulunmaktadır. Haber radyolarının tercih edilirliliği ise müzik radyolarına göre çok daha azdır. Bilindiği gibi ticari yayıncılıkla beraber birer işletmeye dönüşen radyolar kar amaçlı hareket ederler ve çoğu radyo istasyonu ise haber radyosu olmayı karlılığı ve dinlenirliliği nedeniyle tercih etmemektedir.

Tüm haber radyoları müzik radyolarına benzer bir şekilde işler. Müzik yerine bu tür radyolarda hava durumu, spor, iş dünyası haberleri ve günlük haber ve gündemi meşgul eden konular üzerinde durulur. Tüm bu programlar gün içinde döngü halindedir yani aynı programı bir günde bir kez daha dinleme imkanı çoğu zaman vardır. Haber radyoları yapım aşaması en ağır olan radyolardır. Personel sayısı bu yüzden fazladır. Yerel muhabirler, haber editörleri, sunucular, trafik raporcuları gibi pek çok sayıda elemana ihtiyaçları söz konusudur. Bunlara ek teknik donanım olarak radyo ve dış dünya için sağlanması adına bir yayın aracı, polis ve itfaiye takibi için tarayıcılar ve hatta belki helikopter bir haber radyosu için ihtiyaç duyula bilecek diğer unsurlardır (Dominick, 1996: 217).

1.2.2. Türkiye’de Radyo Haberciliğinin Tarihi

Türkiye’de ise radyo haberciliği 1927 yılıyla birlikte TTTAŞ döneminde başlamıştır. Kayıtlarda bulunan en eski yayın kalıbı 26 Nisan 1927 ye aittir ve bu yayın içindeki haber bülteni saati ve süresi şöyledir.

“Alo alo muhterem samiin, şimdi bugünkü neşriyatımızın muhteviyatını arz ediyorum:
 19.00 Stüdyo Musiki Heyeti’nden Şevkevza faslı
 19.30 Esham ve Tahvilat Borsası Haberleri
 19.40 Telsiz Telefon Orkestrası
 20.10 Zahir Borsası haberleri
 20.20 Telsiz Telefon Musiki Heyeti
 20.50 Anadolu Ajans Haberleri
 21.00 Telsiz Telefon Orkestrası
 21.30 Teganni (Matmazel Apostoldi tarafından)" (Akıllıoğlu vd,1990: 12)

Bir diğer örnek ise İstanbul radyosuna aittir.

"21 Birinci Teşrin Pazartesi İstanbul Radyosu... 1927
 21 Birinci Teşrin Pazartesi İstanbul Radyosu...
 18.00 Bayanlara Jimnastik (Bayan Azade Tarcan tarafından)
 18.20 Traviata Operası. 1. ve 2. Perde-Plak
 19.20 Bayan Patarelli Mandolin Orkestrası Konseri
 19.50 Romen Halk Musikisi. Estegaç ve arkadaşları.
 20.30 Bayan Bedriye Tüzün Radyo Caz ve Tango Orkestrası.

21.35 Son haberler ve borsalar

21.50 Orkestra eserleri ve hafif musiki. Plak." (Akıllıoğlu vd. , 1990: 13).

Görüldüğü üzere ilk yıllarda radyo haberleri akşam saatlerinde ve 10 ile 15 dakika arasında değişen sürelerde yayınlanmıştır. Haberlerse 1945 yılına kadar Anadolu Ajansı'na hazırlanmıştır ve olduğu gibi aktarılmıştır. Radyo devlet kontrolüne geçtiği 1936 yılına ait cumhuriyet gazetesinde yayınlanan 9 Eylül tarihli yayın programı ve haber bültenlerinin saatleri ve süreleri ise şöyledir.

12.30 Plâkla Türk Müziği

12.50 Haberler

13.05 Plakla Hafif Müzik

14.00 Kapanış

18.30 Dans müziği Çay saati

19.30 Çocuklara masal (M. Cemil)

20.00 Türk Musikisi Hey'eti tarafından klâsik eserler

20.40 Halk Sarkılan (Münir Nurettin)

21.00 Keman ve Piyano Soloları (Pl.)

21.30 Stüdyo Orkestrası

22.30 A.A. Haberleri

23.00 Kapanış (Aktaran: Kocabaşoğlu, 1980: 154)

Bu dönemde Bülten sayısı ikiye çıkarken öğlen saatlerindeki bülten 15 dakika gece bülteni ise 30 dakika olarak programlanmıştır. Böylelikle hem süre olarak hem de bülten sayısı olarak devlet tekeline geçen radyonun habere daha fazla önem verdiğini söyleyebiliriz.

1945 sonrasında ise haber bültenleri her biri 15 dakikalık 4 bülten halinde yayınlanmaya başlanmıştır. Bu dönemde kısa ara haberler yoktur. Bu dönemin dikkat çeken diğer bir özelliği ise haber bültenlerinin yanında önceki dönemlerde de olan, Radyo Gazetesi, Öğle Gazetesi, Haftanın Siyasi İcmali, TBMM'de bu gün gibi haber programlarına Kıbrıs saatinin eklenmesidir. 1962 yılından sonra ise tüm Türkiye radyolarından ortak yayınlanan 30 dakikalık bir bülten ve 10'ar dakikalık üç ana ve süreleri 3 dakika olan 6 ara haber bülteni yayınlanmaya başlanmıştır (Aktaran: Kocabaşoğlu, 1980: 306-398).

TRT Döneminde 1964'ten 1970'lere kadar objektif bir haber anlayışını benimseyen radyolar 1971'deki askeri darbeye beraber yeniden devlet kontrolüne geçmişlerdir.

1971 yılında tüm programlar arasında haberlerin TRT'ye bağlı radyolarda %10.36'lık bir oran aldığı görülmektedir (TRT, 1971: 8). 1972 yılında ise bu oran

haber için tüm programlar arasında %9.70'dir (TRT, 1972: 38). Dönem için en önemli haber ve bilgi edinme kaynağı olan radyonun devlet tekelinde haber bültenlerine verdiği önem açıkça ortadadır.

1976 yılında ise TRT Haber merkezi iç haberlerin yaklaşık yüzde 95'ini kendi muhabirlerinden sağlamıştı. TRT geri kalan yüzde 5'lik kısmı ise Anadolu Ajansı, Türk Haber Ajansı, Hürriyet Haber Ajansı, Akdeniz Haber Ajansı ve Anka Ajansından sağlamıştır (TRT, 1976: 51-52). Geçmiş yıllarda Anadolu Ajansı'nın radyolar için hazırladığı haberler hatırlanırsa TRT'nin habere verdiği önemi ortaya koyan bu durum radyo haberciliği açısından da profesyonel bir çabanın ortaya çıktığını göstermiştir.

1980'lerin başında ise TRT Haber Dairesi Başkanlığı Türkiye Radyolarında 07.30 (10 dakika), 13.00 (15 dakika), 19.00 (30 dakika) ve 23.00 (15 dakika) ana haber bültenlerinin yanı sıra saat 05.00'den 01.00'a kadar her saat başı beş dakikalık haber bültenleri yayınlanmıştır. Ayrıca 1981 yılında radyoda tatil günleri dışında her gün saat 17.00 de "Haberlerin içinden isimli yarım saatlik bir haber programı yayınlanmıştır (TRT, 1981: 35).

1992 de TRT radyolarında haber bültenleri ve sürelerine bakıldığında ise Radyo 1 de "06.00 Yurt. Haberleri 10 dakika, 07.00 Ara Haber 5 dakika, 07.30 Ana Bülten 10 dakika, 09.00 Ara Haber 5 dakika, 10.00 Ara Haber 5 dakika, 11.00 Ara Haber 5 dakika, 12.00 Ara Haber 5 dakika, 13.00 Ana Bülten 15 dakika, 15.00 Ara Haber 5 dakika 16.00 Ara Haber 5 dakika, 17.00. Ara Haber 5 dakika, 18.00 Ara Haber 5 dakika, 19.00 Ana Bülten 30 dakika, 21.00 Ara Haber 2 dakika, 22.00 Meclis Bülteni(olduğu takdirde)23.00Ana Bülten 15 dakika, 24.00 Ara Haber 5 dakika" şeklindedir (TRT, 1991: 427).

Aynı yıl Radyo 2 (Günümüzde ismiyle TRT FM)'de "07.00 Ara Haber 5 dakika, 07.30 Ana Bülten 10 dakika, 09.00 Ara Haber 5 dakika, 11.00 Ara Haber 5 dakika, 13.00 Bülteni 15 dakika, 15.00 Ara Haber 5 dakika, 17.00 Ara Haber 5 dakika, 19.00 Ana Bülten 30 dakika, 23.00 Bülteni 15 dakika, 00.55 Günün Haberinden Özetler 3 dakika." olarak planlanmıştır (TRT, 1991: 428).

Radyo 3'de her gün 09.00, 12.00,14.00,17.00,19.00,22.00'de 3'er dakika süreli (Toplam 15 dakika) Türkçe, İngilizce, Fransızca, Almanca haberler yayınlanması, RADYO-4'de her gün açılışta (07.00) 4 dakika, 09.00,10.00,11.00,12.00,14.00, 16.00

ve 17.00'de 5'er dakika süreli haberler yayınlanması 07.30'da 10 dakika ve 13.00'de 15 dakika süreli ana haber bültenleri her gün Radyo 1 ile ortak olarak yayınlanması planlanmıştır (TRT, 1991: 428).

1995 yılında ise Radyo 1 ve Radyo 3, 1992 yılının programının aynısı uygulanırken özellikle o yıllarda artan sayıları ile yerel, bölgesel ve ulusal özel radyolarla daha fazla yarış içinde olan popüler müzik ağırlık Radyo 2 (TRT FM)'de ise haber yayınlarındaki değişiklik dikkat çekmektedir. Buna göre 1995 yılı planında TRT FM ile ilgili olarak şu haber planı yapılmıştır:

“TRT-FM de her gün 07.00, 08.00, .09.00, 10.00, 11.00, 12.00 ve 12.55'deki Haberler İstanbul Radyosu, 14.00'deki Haberler İzmir Radyosu, 16.00,17.00, 23.00 ve 24.00'deki Haberler Ankara Radyosu tarafından okunacaktır. Belirtilen saatlerdeki; Haberler' 2-3 dakika süreli olacak ve spot başlıklar halinde sunulacaktırlar” (TRT, 1994: 298).

Aynı dönem de Radyo 4 de Saat başı 2şer dakikalık spot haberler vermeye başlamıştır. Bu dönemde radyo yayıncılığının ticarileşme ile birlikte yapısal değişim sürecinin başlamasıyla, tüm bu değişimlerden özellikle radyoyu popüler müzik için açan radyo dinleyicilerini yakalamayı amaçlayan TRT FM'in de ticari radyo istasyonlarının haber çizgisini benimsemeye başladığı görülmektedir. TRT'nin öteki istasyonları ise haber anlayışlarını değiştirmemişlerdir. Bunun nedeni ise zaten bu radyoların popüler müzikten uzak yayın anlayışını benimseyen dinleyiciler popüler müzik yayını yapan ticari radyolarla bu radyoları kıyaslama durumunda değildirler.

2000'li yıllarda ise ağırlık söz yayını yapan ve haber ve bilgi verme adına hizmetlerini sürdüren Radyo 1'in dışındaki diğer TRT radyolarında haber oranları geçmiş yıllara göre belirgin bir düşüş yaşamıştır. Buna göre TRT 2004 Yılı Faaliyet Raporunda Radyo 1 de tüm yayınlar içinde % 9.30 oranında haber planlanmıştır. TRT FM de bu oran yüzde 5 iken Radyo 3 ve Radyo 4'te tüm yayınlar içinde haber oranı % 5 olarak planlanmıştır (TRT, 2005: 66-67)

2005 yılı planlamasında ise Radyo 1, haber geleneğini aynı programında devam ettirirken 1990ların ortasının da değişim sinyalleri veren TRT FM'de her saat başı 2- 3 dakikayı geçmeyecek spot haberler planlanmıştır. TRT 3 yabancı dillerdeki haberlerine ve Türkçe haberlerine günde altı bültenle 15'er dakika olarak devam ederken Radyo 4'te de 24 saatlik yayında her saat başı 2 şer dakikalık spot haber planlanmıştır (TRT, 2004: 371-372-373)

2007-2009 yılında ise TRT radyolarında haber planlaması 2005 yılının aynıdır. Buna göre haber oranları tüm yayınlar içinde Radyo 1’de yüzde 9, TRT FM, Radyo 3 ve Radyo 4’te yüzde 5 olarak planlanmıştır (TRT, 2007-2009)

Türkiye’de radyo haberleri, tarihi sürecinin başlangıcında TTTAŞ döneminde gereken önemi görmezken ve gelişimi yurt dışına göre daha yavaşken sonraki dönemlerde radyonun ve radyo haberciliğinin öneminin anlaşılması ile haber bülten sayıları ve süreleri 1945’ten başlayarak 1990’lara kadar sürekli artmıştır. Ancak 1990’larda elektronik yayıncılıkta başlayan ticarileşme ve özel radyoların yayınları ile TRT bünyesindeki radyolarda da haber anlayışı değişim göstermiştir. Sadece Radyo 1 geleneksel söz yayını ilkesinden vazgeçmeden radyo haberciliği anlayışını sürdürmüş Radyo 2(TRT FM) ve Radyo 4’te ise haber sürelerindeki azalma yukarıda da gösterilmiştir. Özellikle de TRT FM’in özel radyolarla yarışı geçmiş yıllara kıyasla onu müzik ağırlıklı bir radyoya dönüştürmüştür. Radyo 3 ise aslında 15’er dakika olarak planlanan haber bültenleri Türkçe’nin dışında İngilizce, Fransızca ve Almanca olarak sunulduğundan, Türkiye’ye ve Türkçe konuşan halka hitap eden kısmı diğer üç TRT radyosundan azdır. Çalışmanın 2. bölümünde radyo haberciliğinin gerek kamusal yayın yapan radyolarda gerekse ticari radyolarda biçim değiştirme durumu incelenmiştir.

1.2.3. Radyo Haberi

Haberciliğin tarihi sürecinde haber ve gazetecilik anlayışlarına farklı bir bakış açısı kazandıran radyo haberleri özellikle ilk yıllarında birçok ülkede gazeteler tarafından tehdit olarak algılanmıştır. Radyo haberlerinin özellikleri ve avantajlarıyla ilgili olan bu durum bizlere radyonun ilk yıllarında aslında habercilik ile ilgili ne kadar önemli ve etkili bir araç olduğunu göstermektedir.

1.2.3.1. Radyo Haber Metinleri

Radyo için “kör araç” tanımı yapan Mcleish hayal gücünü ses yoluyla uyaran radyonun, dinleyicinin aklındaki resimleri kullanarak etki sağladığını söylemektedir (1999: 1). Radyo haberleri dinleyicinin aklındaki resimlerle şekillendiğinden, olayların son derece açık yalın ve genel anlatım biçimleriyle sunulması gerekir. Anlatılmak istenilenler dinleyicinin zihin süzgecinden geçerken hedeflenen anlama

ulaşmak için mümkün olduğunca düzgün bir gramer ve basit, anlamları bilinen kelimeler kullanılmalıdır. Sadece sözcük üzerinden hareket eden bir medya olduğundan radyoda ve radyo haberlerinde dilin kullanımı son derece önemlidir.

“Radyo haber metinleri hazırlanırken dinleyicinin kafasında inandırıcı, sesli resimler yaratmak amaçlanır” diyen Gage kullanılan dilin etkileşimli bir tonla ve yazılan metinlerin de gramer kurallarına uygun olması gerektiğini vurgular. “Ayrıca noktalama işaretlerine metin okunurken dikkat edilmedir” demektedir (1999: 18).

Radyo haber metinleri ile ilgili olarak Chantler ve Harris haberin açık, canlı, kısa ama özlü, ilgi uyandırıcı ve sıkıcılıktan uzak olarak yazılması gerektiğini söylerler. Sözcükler tabloid basının sansasyonel sözcükleri gibi de olmamalıdır (1997: 34).

Tüm bu belirtilen özelliklerin radyonun sözle algılanışıyla ilgili olmasından dolayı farklı bir habercilik anlayışı oluşmuştur. Radyo haberi anlıktır ve bu yüzden dinleyicinin algısı minimum olarak düşünülerek hazırlanır.

1.2.3.2. Radyo Haberi Hızlılık Ve Ulaşılabilirlik

Radyonun kolay ve diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha hesaplı ulaşılabilen bir araç olması nedeniyle radyo haberleri de kitlelere diğer tüm kitle iletişim araçlarından daha çabuk haber aktarabilir. Radyo haberlerin diğer kitle iletişim araçlarından daha hızlı olduğunu iddia eden Duran şöyle söyler:

Radyo en hızlı haber medyasıdır. Gün boyunca haber izliyorsak, herhangi bir haberi önce radyodan duyarız. Bugünkü teknolojinin sağladığı imkânları düşünürseniz, radyonun bir muhabirinin basın toplantısına gidip, notlarını alması, toplantı biter bitmez de, cep telefonu ile stüdyo üzerinden naklen yayına bağlanıp haberini büyük bir hızla dinleyicilere iletmesi mümkündür. Bir de televizyon haberciliğini düşünün, önce çekim yapacaksınız, VTR'yi hazırlayacaksınız, görüntünün arkasına metin okuyacaksınız... (2003: 108).

Gazetelerin özellikle Türkiye’de günde tek baskı çıkması, İnternetin de her ortamda kullanılamaması ya da nispeten daha pahalı olması haberin en hızlı şekilde halen radyo tarafından aktarılabileceğini göstermektedir.

Diğer yandan gün içinde özellikle çalışan nüfus düşünüldüğünde radyo haber almak için en uygun araçtır. Çünkü radyo televizyon, internet veya gazete gibi tüm dikkatimizi vermemiz gereken bir araç değildir. Bu nedenle çalışırken, arabalarda

seyahat halindeyken, toplu taşıma araçlarında vb. her yerde gün içinde radyodan haber almak diğer kitle iletişim araçlarından daha kolaydır.

Bunlara ek olarak hızlılığından dolayı radyo haberi aynı zamanda esnektir. Değişiklikler güncelliğin gelişimi ile aynı ritimde yapılır (Kuruoğlu, 2002: 88). Bu nedenle verilen bir haberde başka gelişmeler veya farklılıklar söz konusuysa radyoda hemen hem düzeltme hem de ekleme yapmak çok daha kolaydır. Dinleyici böylece son gelişmeleri yine en hızlı radyodan takip edebilir.

1.2.3.3. Radyo Haberlerinin Oluşturulma Süreci

Radyoda yayınlanan haberler bir haber toplama ve bunları seçme sürecinden geçmektedir. Bu süreçte radyoların haber merkezi tüm görevi üstlenir ve toplanan haberler yayına haber merkezlerinde hazırlanırlar. Radyo ilk dönemlerinde ajanslardan alınan haberleri kullanılırken daha sonraki dönemde haber merkezleri kendi haberlerini kendileri toplamak adına radyo gazeteciliğini başlatmış ve haber toplama sürecinde ajanslarla beraber radyo haberlerine kaynak oluşturmuştur.

Radyo gazeteciği yurt dışında geçmiş yıllardan itibaren gelişen bir meslek konumundadır. Dünyada büyük radyo istasyonları haber merkezlerinde muhabirler, haber spikerleri ve haber merkezinde çalışan gazeteciler istihdam etmektedirler (Boyd, 2001: 5).

Avrupa ve dünyanın birçok yerinde eskiye nazaran daha az da olsa, radyoların haber merkezlerinde birçok gazeteci gün boyu haber toplama, haberin yayına hazırlanması veya editöryal görevlerde çalışmaktadır.

Dünyada ticari radyolarda ise günümüzde haber merkezleri ağırlıklı olarak dünyadan veya yerel haberleri gün boyunca ajanslardan takip etmektedirler. Özellikle sadece radyolara hizmet vermek üzere kurulan haber ajansları ses destekli haberlerini sistemlerine aktarmakta ve böylece bu sisteme üye olan radyolar bu haberlerden faydalanabilmektedir (Chabte ve Harris, 1997: 17).

İKİNCİ BÖLÜM

İDEOLOJİ, RADYO VE RADYO HABERLERİ

2.1. Medya Ve Toplum İlişkisine Bakış

Bu bölümde değişen ve yeniden yapılanan toplum ve genel olarak medyanın bir birleriyle olan etkileşim süreçlerinin tarih içinde yapılan araştırmalar veya sosyolojik yorumlarına yer verilmiştir. İlerleyen bölümlerde ele alınacak olan radyonun ve radyo haberlerinin günümüzdeki durumun açıklanması için özellikle bu bölümde yer alacak olan eleştirel yaklaşımlardan faydalanılmıştır.

2.1.1. Ana Akım

“Ana damar ana yol veya tutucu yaklaşım” olarak da adlandırır. İletişim alanında yapılan ilk bilimsel çalışmalar olsa da var olan çarpıklıkları görmemesi konusunda eleştiri alır.

Ana akım iletişim kuramları, varolan sistemin onarılması ve devam ettirilmesi genel felsefesine dayanır. Pozitivizmi ve ampirizmi (deneycilik) temel alan çalışmalar, bilgiyi, sermaye birikimini, yatırım, üretim, gelişme ve büyüme üzerinde kullanıldığını söyleyen Tekinalp’e göre Bu çalışmalarda algılanan öz, dengenin korunması, servetin ve gücün haklı çıkarılması, toplumsal sistemin canlı organizmalar gibi değişime açık olması, ayrımcılığın, toplumsal çatışmanın ve önyargıların toplumu geleneksel olarak koruyan işlevlere sahip olmasıdır. 1950’lerde Amerika’da başlayan ana akım tutucu-faydacı iletişim araştırmaları giderek küreselleşmiştir (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2006: 38).

Hardt, ABD’de iletişim araştırmalarının gelişiminde iki farklı yönsemeye işaret etmektedir. Bunlardan ilki Chicago Okulunun "pragmatist" geleneği, diğeri ise Lazarsfeld’in görgücü sosyolojisi. Her ikisinde de iletişim olgusu demokratik toplumların temel sorunlarından biri olarak ele alınmıştır. Gelişen medyanın ortaya çıktığı koşullardan çok demokratik siyasal yapıya getireceği katkılar pragmatist açıdan ele alınıp incelendiştir. ABD’de toplumsaldan çok iyileştirmeci (progressive) bir bakış açısı egemendi. Birinci Dünya Savaşı öncesinde Avrupa’da

ortaya çıkan kaygıları ABD'li sosyal bilimciler aynı biçimde paylaşmadılar (Aktaran: İnal, 1996: 33).

2.1.1.1. Chicago Okulu

Çözülme, marjinalite, kültürleşme, kültürel özümserime belirtileriyle bir "toplumsal laboratuvar" olarak kent; bir "devingenlik" yeri olarak kent; Chicago Okulu'nun öncelik verdiği gözlem alanıdır. Bu araştırmacıların 1915 ve 1935 arasındaki yıllarda en önemli katkıları göç ve göçmenlerin Amerikan toplumuna katılma sorununa ilişkindir. Okul, bu etnik topluluklardan hareketle gazetelerin ve özellikle yabancı dillerdeki sayısız yayınların kültürel özümleme işlevini, haberin doğasını, basının profesyonelliğini ve onu "toplumsal propagandadan" ya da yerel yönetimlerin tanıtma yayınından ayırt eden ayrımı inceler. (Hardt, 2005: 24)

Bu dönemde eleştiri basın etiğini iyileştirmeye yöneliktir. Bu tartışmalar diğer yandan basının profesyonel ideolojisinin 1800'lerin başından beri süregelen dönüşümünün bir devamını oluşturmuştur. Bilimin amacı demokratik hedeflere hizmet olarak görülmüştür. Chicago okulunun temel hedefi Millvari demokratik idealleri gerçekleştirmek ve aydınlanmış bir kamuoyunu oluşturmaktır. "Eşik bekçileri" ve "iletişimini kademeli akışı" kavramları bu dönemde basına yönelik eleştirilerin içinden gelen kavramlardır. Araştırmalarda iktidar bireysel bir olgu olarak tanımlandı, toplumsal kültürel yapı ise göz ardı edildi (İnal, 1996: 33).

Bu erken dönem sosyolojik düşüncelerden, Marksist öğretilerin sosyalizminin potansiyel aşırılıklarına alternatif olarak çoğulcu bir toplum modeli ortaya çıkmıştır. Aslında toplumsallaşma, işbirliği ve dengenin eklemeli Birleşik Devletler'de demokrasinin yerleştirilmesine yönelik bir değişme sürecini betimlemekteydi (Hardt, 2005: 25).

Matthews e göre, "1940'lı yıllara gelindiğinde. Chicago Okulu'nun önderlik ettiği toplum ve iletişim incelemesine eleştirel yaklaşımın inişe geçişi tamamlanmıştı. Eleştirelliğin gözden düşmesinin nedenleri şöyle sıralanabilir: "Metodolojiye çok ağırlık verilmesinden de anlaşılacağı gibi, alanın bilimsel statüsüne gösterilen ilgi artmıştır, öbür sosyoloji bölümleri araştırma ve lisans sonrası öğrenim merkezleri olarak yükselmiştir; Avrupa kaynaklı başlıca teoriler soğurulmuş ve sosyologun

incelemekte olduğu toplum karşısındaki uygun rolünün mahiyeti konusundaki anlayışlar değişmiştir" (Aktaran: Hartd, 2005: 28).

Haris'e in yorumuyla böylece geleneksel sosyoloji bir kuşak sonra doğayı yeniden keşfetti ve klasik mekaniğe benzer şekilde Talcott Parsons'ın da etkisiyle, teorik bir sistem kurma yönünde sürekli çaba göstereceğini bildiren yapısal işlevselciliği benimsedi (Aktaran: Hartd, 2005: 28).

2.1.1.2. Görgü Bilimci Nicel Medya Araştırmaları

İletişim alınıdaki çalışmaların pratik kaygılarla başlayıp sonrasında ise sosyoloji ve psikolojiyle beslendiğini söyleyen McQuail ve Windahl "II. Dünya Savaşı sonrasına gelene kadar iletişim alanında önemli bir gelişme olmamıştır. İlk ampirik araştırmalar, büyük ölçüde ABD'de yapılmaya başlanmış, bir iletişim biliminden söz edilip edilemeyeceği yönündeki ilk tartışmalar da bu ülkede başlamıştır. 1950'li yıllar model kurma çalışmalarının verimli olduğu ve geliştirilen modellerle iletişim çalışmalarında birlik sağlama ve büyüme arayışının görüldüğü yıllardır" demektedirler (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2006: 61).

Avrupa'da İkinci Dünya savaşının başlamasıyla beraber Almanya'da bulunan Frankfurt Okulu üyeleri Amerika'ya gitme kararı almıştır. Bu karar Lazarfield ve Frankfurt Okulunun üyelerinin dolaylı olarak da pozitivist sosyoloji ve eleştirel geleneğin buluşmasını sağlar. Ancak Frankfurt Okulunun durumda başat konumda olup Lazarfield ve ekibini etkilemesi beklenirken tam tersi olmuştur.

Geç 1940'lardan beri ve 1950 ler boyunca ortaya çıkan iletişim ve kitle iletişimine dair bir dizi bilimsel model, alanın bilimsel ampirik bir tanımına doğru gerçekleşen tayin edici bir değişikliği temsil etti. Bu aynı zamanda birkaç dolaysız amaca, özgül olarak söylendikçe alanın tanımına, bilimsel doğasının tanıtılmasına ve bir toplum bilimsel girişim olarak meşrulaştırılmasına hizmet etti (Hartd, 2005: 29).

Bu dönemde yapılan araştırmalarda temel sorunsalının "medya" etkileri olduğunu söyleyen Klapper görgücü gelenek içinde yapılan araştırmalardaki temel kuramsal yönsemeyi şöyle özetlemekte: 1. Araştırmalarda üzerinde durulan sorun özgün medya içeriklerinin doğrudan kısa dönemli etkileri oldu; 2. Araştırmalarda laboratuvar çalışmalarına yönelik deneysel yöntem benimsendi; 3. Bu çalışmalarda

yazılı basının etkileri temel sorunsalı oluşturunuyordu; 4. Bireyin tutum ve davranışı üzerine medyanın etkileri olup olmadığına bakıldı, daha geniş toplumsal ortam göz ardı edildi. Tüm bu çalışmalardan ortaya çıkan sonuç, medyanın sanıldığı kadar da güçlü etkilere sahip olmadığı bulgusu oldu (İnal, 1996: 34)

Dönemin önemli isimlerinden H. D. Laswell medyanın etkisinin son derece güçlü olduğunu savunmuştu. “Hipodermik İğne” modelini geliştirmiş ve medya içeriğinin kişiler üzerindeki etkisinin son derece güçlü olduğunu savunmuştu. Yukarıda da belirttiğimiz gibi bu dönemin en önemli özelliği laboratuvar çalışmalarının ön plana çıkmasıdır. Laswell’in kuramının sonrasındaki çalışmaların hemen hepsi bu ortamda hazırlandığı için “Hipodermik İğne” kuramı bu dönem içinde sonradan yapılan çalışmalarca geçersiz bulunmuştur.

Anayol iletişim çalışmaları ile çeşitli eleştirel yaklaşımlar arasındaki farklar esas olarak toplumsal bütünlük ile iletişim süreci arasındaki ilişkinin anlaşılmasından ve erk konusuna bakıştaki karşıtlıktan kaynaklanmaktadır. Anayol yaklaşımının eğilimi araştırılan iletişim sürecini genel toplumsal düzenden soyutlamak, böylelikle de üstü örtük biçimde de olsa özgül süreçlerin genel toplumsal düzenden etkilenmesinin pek de önemli olmadığını varsaymaktır (Mutlu, 1998: 36).

2.1.2. Eleştirel Yaklaşımlar

Eleştirel veya değişimci yaklaşımlar olarak bilinen; Frankfurt okulu eleştirel yaklaşımı, İngiliz Kültürel çalışmaları, Fransa’daki yapısalci çalışmalar, iktidar ve medya ilişkileri ve medyanın ideolojik işlevleri üzerinde durmuştur. Bu çalışmalarda egemen sınıfların elinde olan medyanın toplum üzerinde ideolojik anlamda ne gibi etki amaçları olduğu ve bu etkilerin ne sonuçlar yarattığı ve nasıl gerçekleştiği farklı bakış açılarından ele alınmıştır. Genel olarak Marxist temelli olan bu yaklaşımlar Ortodoks Marxist yaklaşımın kapitalizmle ilgili öngörülerinin gerçekleşmediği gibi kapitalizmin kendini sürekli yeniden yapılandırmasından yola çıkarak Ortodoks Marksizm’in ekonomik indirgemeciliğinin ötesinde sistemin devamlılığını sağlayan diğer etkenler üzerinde yoğunlaşmışlardır.

2.1.2.1. Frankfurt Okulu

1923 yılının başında Frankfurt Üniversitesi'ne bağlı olarak kurulan Institut Fiir Sozialforschung (Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü) Nasyonel Sosyalistlerin (NSDAP) iktidara gelmesinden sonra 1933'te sürgüne çıkmıştır (Kejanlıoğlu, 2005: 25). Sürgüne Amerika'ya giden Enstitü üyeleri burada Lazerfield ve ekibiyle beraber çalışmalar yapmıştır.

2. dünya savaşı sonrası yeniden Frankfurt'a dönen enstitü üyeleri çalışmalarına yeniden burada devam etmiştir. Frankfurt Okulu tanımlamasıysa Enstitü'nün çeşitli üyelerini kapsayan bir terim olarak ilk kez Enstitü dışındakiler tarafından Enstitü üyelerinin bir kısmı Frankfurt'a döndükten sonra, 1960'larda kullanılmış, Theodor W. Adorno tarafından da gururla sahiplenilmiştir (Kejanlıoğlu, 2005: 25).

Max Horkheimer, Walter Benjamin, Theodor Wiesengrund Adorno, Leo Lowenthal, Herbert Marcuse, Jurgen Habermas, Franz Neuman Frankfurt okulunun en çok anılan ve eserleriyle de bu geleneği hala yaşatan isimlerdir. Bu isimlere sonradan Frankfurt Okulundan ayrılan Eric From' da eklenebilir.

Frankfurt Okulu'nun ortaya çıkışında, Batı Avrupa'daki işçi sınıfı hareketlerinin I. Dünya Savaşını izleyen yıllardaki ağır yenilgi si, Rus Devriminin Stalinizme dönüşmesi. Faşizm ve Nazizmin yükselişi etkili olmuştur. Frankfurt Okulu düşünürleri, kültür ve modernizm ile ilgili sorunlar üzerine yoğunlaşmışlar, Marksist toplum teorisini varoluşçuluk ve psikanalizle tamamlamaya çalışmışlardır. (Tekinalp ve Uzun, 2006: 156-157)

Temel yaklaşımları özet olarak şöyledir; Frankfurt Okulu'na göre kitleler kapitalizm ve kapitalistlerin kontrol ettiği kültür endüstrileri tarafından kolayca aptallaştırılabilirler. Yöntem olarak eşyayı temsil eden kavramlara bakarak kötümser ve sinik bir şekilde onları gerçeklerle karşılaştırırlar. Onlara göre; kapitalist toplumlarda gerçekler burjuvazi tarafından üretilir ve kültür endüstrilerinde işlenir. İdeoloji gerçekliği çarpıtır. Bunu yaparken amacı eşit olmayan güç ve iktidar mücadelelerini kamufle etmek ve mevcut sistemi meşrulaştırmaktır (Yaylagül, 2008: 84).

Adorno ve Horkheimer'ın kavramlaştırdığı "Kültür Endüstrisi" kavramının açılımınıysa Adorno "Kültür endüstrisi, çağdaş popüler sanat biçimlerinden kesin

biçimde ayırt edilmelidir. Kültür endüstrisi, yaşamın ticarileşmesiyle bağlantılıdır, kültür ürünlerinin standartlaşması ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleşmesi süreçlerine gönderme yapar. Ama söz konusu olan, Fredric Jameson'ın dediği gibi sadece bir endüstri teorisi değildir; bunun yanında, endüstrileşme süreçlerinden bağımsız biçimde kendi basma bir kültür teorisi de değildir.” (Aktaran: Kejanlıoğlu, 2005: 184) şeklinde sunar. Kültür endüstrisi kavramıyla kültürün aşağıdan ya da kitlelerden yükselmediği, yukarıdan yönetildiği anlatılmak istenmiştir (Kejanlıoğlu, 2005: 184).

Mattelart'a göre Adorno ve Horkheimer'in ortaya attığı bu kavramda, kültür varlıklarının endüstriyel üretimini, kültürün meta gibi toptan üretildiği bir hareket olarak incelerler. Onlara göre, kültürel ürünler; filmler, radyo programları, magazinler, arabaların ya da kentleşme projelerinin seri olarak yapımındaki örgütlenme ve planlama şemasına ait teknik mantığın aynısını yansıtırlar. Çağdaş uygarlık her şeye bir benzerlik havası verir. Kültür endüstrisi, çok sayıda isteği karşılamak üzere her yerde standart mallar sunar. Bu durum, teknolojinin evrimiyle ilgili bir yasanın kendiliğinden sonucu değildir, onun güncel ekonominin içindeki işlevinin sonucudur (Aktaran Tekinalp ve Uzun, 2006: 157).

2.1.2.2. İngiliz Kültürel Çalışmaları

Marksist kuram içine eklemlenen İngiliz Kültürel Çalışmaları, savaş sonrası İngiltere'nin, kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkilerini medya, popüler kültür ve edebi metinler gibi problematik alanlarda açıklama çabasıyla ortaya çıkmıştır (Dursun, 2001: 34).

İngiliz Kültürel İncelemeler geleneğinin öncüleri. R. Hoggart ve R. Williams'tır. Bunların çalışmaları ideolojik olarak Batı Marksizm'i olarak adlandırılabilir düşüncelerine dayanmaktadır (Yaylagül, 2008: 112). Bu bağlamda İngiliz Kültürel İncelemeleri geleneğinde Ortodoks Marksizm'in görmezden geldiği düşünülen kültür unsuru üzerinde durulmuştur. Ekonomik indirgemeciliği ret ederler. Onlara göre ilk aşamada belirleyici olan ekonominin son aşamada belirleyiciliği söz konusu değildir.

İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneği dayanak noktası olarak ilk dönemlerde Althusser'in yapısalci Marksist ideoloji görüşüne dayanırken, daha sonra Gramsci'nin

hegemonya kavramsallaştırmasına başvurur. Batı Marksizm'i içinde yer alan her iki düşünürün görüşüne göre de "kültür görece olarak özerktir" ve ideolojik ortamın ve popüler kültür aracılığıyla popüler bilincin biçimlenmesine yardım eder (Yaylagül, 2008: 112).

Hardt'a göre Kültürel çalışmalar, medyanın ideolojik rolü çerçevesinde anlam taşıyıcıları olarak medya metinlerinin ideolojik yapılanmasını incelemiştir. 'Pasif izleyici' yerine 'daha aktif izleyici' ve 'okuma' anlayışını koyarak medya iletilerinin nasıl kodlandığını, kodla-mayla iletiyi çözen izleyici arasındaki ilişkileri ve başat ideolojinin oluşumunda ve pekiştirilmesinde medyanın oynadığı rolü incelemiştir (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2006: 160).

Sholle ise Kültürel Marksizm temsillerin üretiminde metinlerin gördüğü işleve teori içinde daha olumlu ve önemli bir konum tanır Grossberg'in belirttiği gibi, bu yorum bilgisel (hermeneutic) yaklaşımda "Bir metin, toplumsal gerçekliğin çarpık ya da doğru hır yansıması olmadığı gibi, kendi maddi üretim koşullarına yönelmiş bir iç tepki de değildir" (2005: 262) demektedir.

Stuart Hall geleneğin tanınmasında en önemli isimdir ve gelenekle beraber anılan kişi olmuştur. Hall'a göre medya egemen sınıfın çıkarlarına hizmet eden yorumları yeniden üretme eğilimindedir. Fakat bu yorumlar aynı zamanda ideolojik mücadele alanıdır. Medyanın anlamlar sistemi görelî olarak otonom olarak görülür. "Haber" olayları tanımlayarak önemli bir rol oynar. Fakat medya, hükümet ve diğer kurumlar gibi yetkili kaynaklara göre ikincil tanımlayıcıdır (Aktaran: Yaylagül, 2008: 114).

2.1.2.3. Yapısalcı Dil Bilim Ve Gösterge Bilim

Toplumsal ilişkilerde var olan durumları veya olayları anlayabilmek ve yorumlayabilmek adına toplumu bir yapı gibi düşünüp temelde yatanı bulmayı amaçlayan düşünce şekli yapısalcılıkla ifade edilmektedir. Özellikle dil ve kültür üzerine yapılan çalışmalar dikkat çekmektedir.

Bu yaklaşımla adı anılan ilk kişi ünlü dil bilimci Ferdinand De Saussure dır. Kişisel iletişimde kitlesel iletişime en önemli unsur olan dille ilgili çalışmalarıyla günümüzde yeni araştırmacılara, özellikle medya metinlerinin çözümlenmesi için büyük bir kaynak sağlamıştır.

Dilin bir işaretler sistemi olduğunu ortaya koyan Saussur' e göre dili anlamak içinde yapılması gereken şeyin sistemin yapısına bakmak olduğunu söyler. Dil bir yapı olarak, yani "İçinde her bir terimin değerinin sadece aynı anda mevcut öteki terimlerin mevcudiyetiyle belirlendiği bir karşılıklı bağımlı terimler sistemi" olarak kavranır. Böylesi bir sistem olarak dil, "Çok yönlü ve heterojen" olan ve "Bütün olarak keşfedilemeyen" konuşmanın aksine, nesnel olarak irdelenebilir (Leledakis, 2000: 77).

Saussure' e göre "Dil herkesin ortak malı olandır, yani toplumsal olandır. Söz ise bireyin söylediklerinin toplamıdır. (aktaran: İnal, 1996: 46) Aynı zamanda dilin göstergelerden yani gösteren ve gösterilenden oluşan bir sistemi ifade ettiğini söyleyen Saussure'ün ifadesine göre "Gösteren, işaret ya da seslerden oluşurken, gösterilen düşünce ve kavramlardır. Sesler ya da kelimelerle bunların ifade ettikleri kavram ve düşünceler arasında zorunlu bir ilişki yoktur. Yani düşünceyi taşıyan işaretler keyfidir" (Aktaran: Yaylagül, 2008: 107).

Saussure'ün çözümleme modeli dili eşzamanlı ve statik bir yapı olarak ele alır ve temel çözümleme birimi olarak gösterge (sign) kavramını geliştirir. Dilin temel işlevi göstergeler aracılığıyla anlamlandırma-imleme (signification), yani bildirişimde bulunma ya da düşünceleri iletmedir. Dil, bir göstergeler sistemidir. Saussure'e göre gösterge temel dilsel birimdir. Gösterge psişik iki şeyin birleşiminden oluşur: kavram ve ses imgesinin birleşimidir (Üşür, 1997: 75).

Saussure göstergelerden bahsederken aynı dönemlerde Amerika'daki araştırmacı Charles Peirce ile gösterge bilimin de temellerini atmış oluyordu. Mutlu, gösterge bilimi şöyle tanımlar: "Gösterge bilim gerek sözlü, gerekse sözsüz gösterge sistemlerinin ve bu sistemlerin anlamının kurulmasında ve yeniden kurulmasındaki konu alan bilim dalıdır" (1998: 142).

Bu yaklaşımda ismi anılan diğer kişi de yapısalcı antropolojinin temellerini atan Claude Levi-Strauss' tur. Levi-Strauss'un amacı toplumsal olgulara yön veren genel ve bilinç dışı yasaların keşfine yönelik ön ayak olacak terimleri tespit etmektir (Leledakis, 2000: 78).

Levi-Strauss, yapısalcı yaklaşımı kültür alanına uygulamıştır. Marksizm'deki yapısalcı yaklaşım ile Freud'un çalışmalarını birleştirerek kültürün yapısal analizini yapar. Kültürü anlamak için gelenek, görenek, mit ve ritüellerin yapısal analizini

gerçekleştirir. Mitleri ve mitsel düşünceleri oluşturan yapısal bir mantık vardır. Mitler, toplumun bilinçaltını ortaya çıkarmaya yarar. Levi-Strauss, dilbilim yöntemini kültüre uygulayarak kültürel sistemlerin yapısını ortaya koymaya çalışır (Yaylagül, 2008: 108).

Strauss yazı ile ilgili incelemesinde yazıdan önce olan söze gönderme yapar. Ona göre yazı, yabancı düşüncüyü sömürgeleştirmeye aracılık eden bir baskı aracıdır (Aktaran: Sarup, 2004: 63).

Saussure'in çalışmalarına dayanarak kültür üzerinde incelemeler yapan Roland Barthes de yapısal dil ve gösterge bilim anlayışıyla çalışmalarını yapmıştır.

Barthes Saussure'den aldığı geleneğe dil için söylemiş olduğu şu sözleri ile katkı sağlamıştır: Barthes e göre "Dil, bir bakıma, dil yetisi eksis Sözdür: Hem bir toplumsal kurumdur, hem de bir değerler dizgesidir. Toplumsal kurum olarak, hiçbir biçimde bir edim değildir, her türlü önceden tasarlamadan dışında kalır; dil yetisinin toplumsal bölümüdür. Birey onu tek başına ne yaratabilir, ne de değiştirebilir. Özü bakımından, ortaklaşa bir sözleşmedir, bildirişim kurmak istenirse buna tümüyle uymak gerekir; üstelik bu toplumsal ürün kuralları olan bir oyun gibi özerktir çünkü ancak öğrenildikten sonra kullanılabilir" (Barthes, 1997: 35-36).

2.1.3. Medya Ve İdeoloji

Radyo yayıncılığının ve radyo haberlerinin günümüzde geçmişe nazaran farklılıklar göstermesi olgusunun şu an ideolojik olup olmadığı ya da ideolojinin "Yeni" radyoda nasıl işlediği konusuna geçmeden önce genel hatları ile ideoloji kavramı ve medya ideoloji ilişkisi bu bölümde ele alınmıştır.

2.1.3.1. İdeoloji

İdeoloji kavramının ortaya atılmasından önce Kant Hegel Hume, Leibniz veya Nietzsche gibi düşünürler de bireylerin düşünce oluşumu ile ilgi olarak teoriler ortaya atmışlardır. Bu teoriler ideoloji kavramının gelişmesine katkı sağlayan bir ortam hazırlamıştır. Bu bölümde ağırlıklı olarak daha sonraki dönem içinde ideoloji kavramı üzerine yapılan açıklamalara yer verilmiştir.

Başlangıçta, "ideoloji" "doğru düşünme" bilimine verilen addı. "İdeoloji" sözcüğü insan zihninde fikirlerin belirme sürecinin nesnel olarak incelenmesinin

mümkün olduğunu ve bundan dolayı istenirse "doğru" düşünceleri düşündürmenin bir yolu bulunduğunu iddia eden bir grup düşünür tarafından ortaya atılmıştı (Mardin, 2000: 20).

Bu düşüncenin teriminin Destutt De Tracy, Cabanis ve arkadaşları tarafından yaratıldığı bilinir. Oluş kavramının merkezi bir yere sahip olduğu Aydınlanma Çağı Felsefesi'nin klasik geleneklerinden biri uyarınca bu terimle düşüncelerin (ideo-) oluşuna ilişkin kuramı (-loji), yani ideolojiyi anlatmak istiyorlardı (Althusser, 2003: 73).

İdeolojiye olumsuz anlamlar yükleyen Marx' a göre "sosyal yaşam bilinci belirlemektedir." (Mardin, 2000: 31). Marx mevcut düşüncenin oluşumuyla ilgili sorunsala şöyle değinir: "Düşüncenin egemenliği, aslında egemen olmayan bir biçimde düşünen bir sürü insanda gerçekleşir; kesin gerçek olmak iddiasındaki bilgi, bir sürü görelî yanlış içinde gerçekleşir; insan varoluşunun sonu olmayan ömrü dışında ne biri, ne öbürü tümüyle gerçekleşebilir." (Marks ve Engels, 2004: 129).

Düşünce oluşumuyla ilgili olarak düşünceyi oluşturan toplumun yanlış bilincinden bahseden Marx'a göre "Bir çağın sosyal yapısının o çağın düşünce ürünlerinde yansması kaçınılmazdır" (Mardin, 2000: 31). Bu manada çağın egemen düşüncelerinin oluşumuna ilişkin olarak Marx ve Engels şöyle söylemiştir:

Yöneten sınıfın düşünceleri her dönemde yöneten düşüncelerdir, yani toplumun maddi güçlerini yöneten sınıf, aynı zamanda entelektüel güçlerini de yönetir. Maddi üretim güçlerini kendi elinde tutan sınıf aynı zamanda zihinsel (mental) üretimi de denetler, yani, bu sayede, genel olarak söylemek gerekirse, zihinsel üretim araçlarından yoksun olanların düşünceleri de tabi hale gelir (Aktaran: Üşür, 1997: 14).

Üretim ilişkileri temelli yaklaşımında, kişilerin ellerinden üretim araçlarının alınmasıyla beraber Marx'a göre işbölümünün insanlara dünyayı ancak bir tek yönden görmelerine imkân verdiği bir toplum yapısı yaratılmıştır. (Mardin, 2000: 37). Bu yapı sonucunda ise Marx üst yapı olarak değerlendirilecek ideolojinin yanıltıcı, gerçekten uzak, gerçeği gizlemeye (mistifikasyon) yönelik olduğunu anlatmaya çalışmıştır.

Larrai'n'e göre "Piyasanın sahip olduğu öne sürülen "Özgürlük, eşitlik, mülkiyet ve faydacılık" ilkeleri Marx için burjuva politik ideolojisinin temelleridir.

Olumsuz içeriğiyle Marx'taki ideoloji kavramı, bir bozulma ve çelişkilerin yanlış temsilini kapsamaktadır (Aktaran: Dursun, 2001: 25)

Marx'ın olumsuz anlamda değerlendirdiği ideoloji anlayışı çerçevesinde genel olarak ideolojiyi Marx'ın "Üretimin ekonomik koşullarının maddi dönüşümüne paralel olarak açıklanabilecek, insanların yaşadıkları çelişkilerin bilincine vardıkları ve bu bilincin yarattığı bir mücadele içinde konumlandıkları alandır. İdeolojinin, bireylerin kişisel kanaatleri olarak değil, maddi yaşamın çelişkilerinin oluşturduğu toplumsal bilinç olarak kavranması söz konusudur." (Üşür, 1997: 15) şeklinde tanımladığını belirtmek gereklidir.

"İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları" isimli kitabında Althusser ideolojilerin tarihsiz olduğundan ve her dönemde bulunduğu bahsederken bunu sadece sınıflı toplumlar için değil sınıfsız toplumlara da genellenebileceğini iddia eder. İdeolojinin, bireylerin gerçek var oluş koşullarıyla kurdukları imgesel ilişkinin imgesel bir tasarımı olduğunu söyleyen Althusser ideolojinin yapısı ve işleyişiyle ilgili olarak iki tez ortaya atar.

Althusser birinci tezinde ideoloji bireylerin gerçek var oluş koşullarıyla kurdukları imgesel ilişkiyi gösterir. Dinsel, hukuki, ahlaki, siyasi ideolojilerin dünya görüşlerini yansıttığını belirten Althusser bu dünya görüşlerinin büyük ölçüde imgesel olduklarını ve gerçekliğe denk düşmediklerini dile getirir (2008: 69). Bu dünya görüşlerinin gerçeği yansıtmadığına değinen Althusser'e göre dünya görüşleri gerçekliği anıttıkları ve sundukları imgesel dünya tasarımlarının altında bu dünyanın gerçekliğini bulmak için bunları yorumlamak yeterlidir. (ideoloji= yanılsama – anıtırma) (2008: 89)

Gerçek var oluş koşullarının üretim ve üretim ilişkileri paralelinde şekillendiğini varsayan Althusser ideolojide tasarımı, bireylerin var oluşunu yöneten gerçek ilişkiler sistemi değil, bu bireylerin boyun eğerek yaşadıkları gerçek ilişkilerle kurdukları imgesel ilişkidir (2008: 89) der.

Althusser ikinci tezinde ideolojinin maddi bir var oluşa sahip olduğunu iddia eder. Düşüncelerin veya diğer tasarımların maddi bir var oluşa sahip olduğunu dile getiren Althusser'e göre, bir ideoloji bir aygıtta ve bu aygıtın pratik yada pratiklerinde var olur ki buda maddi bir var oluştur (2008: 93).

Bir kiřin dūřüncelerinin maddi anlamda var olduėunu dile getiren Althusser “Bu dūřünceler, kendileri de bu öznenin dūřüncelerinden (rastlantıymıř gibi!) kaynaklanan maddi ideolojik aygıt tarafından tanımlanan maddi kural-larca belirlenen maddi pratiklerde yer alan maddi edimlerdir* ” (2008: 97) der.

Althusser ideolojilerin bireyi özne olarak çağırduğını söyler. Gündelik, yaşamın maddi ritüelleri içindeki somut işlevinden dolayı, her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır. Althusser, öznelerin kendilerinin farkına, toplumsal kategoriler içinde vardığını belirtir: "Bu gerçekten benim, buradayım, bir işçi, patron veya asker..." (Aktaran: Dursun, 2001: 29).

Mübadele değeri kavramında mübadele değeri ile metaların kullanım değerlerinin soyut eş değeriyle tabi kılınarak özgül farklılıkların ortadan kaldığına değinilmiştir. řuan ki toplumun siyasi arenasında ise bütün insanlar eşit siyasi haklara sahip bireyler gibi gösterilerek soyut bir biçimde toplumda eşitlenirler. Egemen sınıftan olan birisi ile alt sınıflardan birisi aynı siyasi haklara kanun önünde sahiptir. Bu noktada Adorno'ya göre ideoloji bu soyut mübadele mekanizmasıdır. Meta mübadelesi aslında örtük bir ölçütle kıyaslanamaz olan şeyler arasında bir eşitlik yaratır; Adorno'ya göre. İdeolojik dūřünce de bunu yapmaktadır. Bu tür dūřünce kendi kapalı sisteminden kaçma tehdidinde bulunan şeydir; yani "ötekilikten tiksindir ve onu şiddetle kendi imgesine ve benzerine indirger. Adorno. Negatif Diyalektikte "Eėer aslan bir bilince sahip olsaydı, yemek istediği ceylana duyduğu öfke ideoloji olurdu," (Aktaran Eagleton, 2005: 180) der. Bu durumda Adorno' nun ideoloji anlayışında özdeşlik anlayışının yattığı söylenebilir.

* Maddi edimler tanımlamasını Althusser “Dūřüncelerin, son kertede bir ideolojik aygıt tarafından tanımlanan kurallarla düzenlenen pratiklerin edimlerinde yer alan maddi bir var oluşa sahip olduğu ortaya çıkınca, dūřünceler de (ülküsel, tinsel bir var oluşla donanmış dūřünceler olarak) yok olup gittiler. Böylece, öznenin de şimdi açıklayacağım sistem tarafından eyretildiği ölçüde eylediği ortaya çıkar; söz konusu sistem, şudur: maddi bir kurallar bulunu tarafından düzenlenen maddi pratikler gerektiren maddi bir ideolojik aygıtın bağrında var olan ideoloji; söz konusu pratikler, kendi inancı uyarınca eylediğine gönülden inanan bir öznenin maddi edimlerinde var olur” şeklinde açıklanmıştır (2008: 98).

Yanlış bilinç yabancılaşma gibi kavramlarla ideolojik olanı açıklamaya çalışan Horkheimer, “Günümüzde halk hala kendi bireysel kararlarıyla hareket ettiğini sanır. Aslında, davranışları sosyal mekanizmalar tarafından biçimlendirilir. Gelecekleri bağımsız bireylerin rekabetiyle saptanmaz, onun yerine yönetici klikler ve ekonomik sistem arasındaki ulusal ve uluslararası çatışmalarla belirlenir. Artık hiç kimse kendine özgü fikirlere sahip değildir. Halkoyu deneyen şey egemen özel ve kamu bürokrasilerinin bir ürünüdür.” (Aktaran: Korkmaz ve Erdoğan, 2005:328) der. Bu açıklamasıyla özellikle alt sınıfların mensubu yoksul kişilerin toplumsal karar mekanizmasındaki yerini ve fikirlerinin oluşum aşamasını egemen gücün yönlendirici etkisine bağlayan Horkheimer, yanlış bilinç sayesinde de kişiler etraflarını ören üretim ilişkileri içindeki gerçekleri göremediklerini söyler.

İdeoloji tarih boyunca devam eden çelişkiler olarak, toplumların sınıflı yapısının sonucu olarak gören Debord’a göre “İdeolojik olgular asla basit kuruntular olmamıştır, bunlar daha ziyade gerçekliklerin deforme olmuş bilincidir ve böylelikle, karşılığında, gerçekten deforme edici bir eylemi harekete geçiren gerçek etkenlerdir.”(2006: 161).

Poulantzas ideolojinin 3 temel işleyişinden bahseder buna göre “ilk işlev maskeleyme ve yerinden etmedir. Egemen kültür ideolojisi, sistemin sınıfa dayanan sömürgeci doğasını maskeler. İkinci etkisi parçalama veya ayırmadır: Üçüncü ideolojik etki hayali bir birlik veya uyum empoze ederek, gerçek yerine hayali ilişkileri koymaktır (Korkmaz ve Erdoğan, 2005: 363).

Bu üç temel işlevle Poulantzas’a göre “Bireyi, grupları, çeşitli ideolojik bütünlükleri yeniden oluşturmaktır. Bu düzeyde birlikler tekrardan, fakat bu sefer sınıf ilişkileri düzeyine ve ekonomik çelişkileri maskeleyen ve yerinden eden, düşmanca olmayan bütünlükler olarak sunan bir biçim üretilir. Bu Gramsci'nin "rıza" ve "bağlılık" hegemonya işlevidir (Aktaran: Korkmaz ve Erdoğan, 2005: 363).

Kültürel çalışmaların başlangıcındaki isimlerden olan Raymond Williams ideolojiyi şöyle tanımlar, "Bir 'dünya görüşü' ya da bir 'sınıf bakışı' olarak soyutlanabilecek, görece olarak biçimsel ve eklemlenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemidir" (Aktaran: Shoemaker ve Reese, 1997: 100).

İdeolojinin bir çeşit bilgi olduğunu ancak hakikat karşısında oluşturulan ve gerçekten uzaklaşarak var olması gereken asıl bilgiyi baskı altına alan bir bilgi

olduğuna değinen D.J. Sholle’ye göre “Bilgi sistematik bir şekilde üretime, özellikle sınıfsal özneler tarafından üretime bağlanabilir. İdeoloji neden ve sonuç arasında bir yer tutar ideoloji üretir, ama yalnızca kendisini önceleyen bir dizi maddi ilişki tarafından üretildiği sürece üretir” (Sholle,2005:256). Buna paralel olarak Mattelart da ideolojinin tanımını “ideoloji bir sınıfın tahakkümünün rasyonelliğine ilişkin göstergeler deposudur” (Aktaran: Sholle:260) şeklinde yapar.

İngiliz Kültürel çalışmalarının etkilendiği Gramsci ise “Hegemonya” kavramıyla ideoloji açılımlarına farklı bir bakış getirmiştir. Yönetilenlerin rızasını alma olarak genel anlamda kullanılan kavram kimi zaman da baskı ya da zora da karşılık gelir. Gramsci’ye göre hegemonya, ideolojiden daha geniş bir kategoridir, ideolojiyi kapsar, ama ona indirgenemez. Bir egemen grup veya sınıf kendi iktidarı için gerekli rızayı ideolojik araçlarla sağlaya bilir (Aktaran: Eagleton, 2005: 164).

Gramsci'nin temel ilgisi kapitalizmin nasıl olup da devlerin baskı ve şiddet içeren boyutunun yanı sıra, bu baskıyı meşru ve görünmez kılarak sivil toplum alanında kitlelerin onayına dayalı bir entelektüel ve moral egemenliğe olanak sağladığı sorusuna yönelmiştir (şr, 1997: 29). Gramsci’de bu sorunun yanıtı başarılı bir ideolojik yönlendirme değildir. Hegemonya kavramıyla sivil toplum alanına gönderme yapan Gramsci'ye göre ideoloji sadece üstyapısal alanda işleyen toplumsal bir pratik olmaktan çok, üretim süreçlerinin şekillenmesinde işlevsel olan ve bu sayede altyapı ile üstyapının uyumunu sağlayan temel toplumsal pratiklerden biridir. Hegemonya kavramı bize egemen bir ideolojinin oluşumu sayesinde olanaklı hale gelen iktidarın alanının sivil toplum olduğunu gösterir (şr, 1997: 29).

Hegemonya kavramı üzerinde alışan Jessop’a göre “İdeolojik hegemonya, egemen sınıf ya da iktidar bloğunun halk sınıfları üzerindeki entelektüel ve ahlaki liderliği olarak tartışılır. Bu bağlamda, bir iktidar bloğu, egemen sınıflar ya da sınıf fraksiyonları arasında kurulan görece istikrarlı bir ittifak anlamına gelir ki bunlar arasın ki birlik, acil/kısa dönemli çıkarlarından karşılıklı olarak verilen ödünlere ve hepsinin ortak olarak bağlandığı bir dünya görüşünün varlığına dayanmaktadır (Jessop, 2005: 65). Bu anlamda egemen bloğun bağımlı sınıfların desteğini alması gerekmektedir ve sivil toplum da devletle bu sınıfların arasındaki bağı sağlamaktadır.

Eagleton'un tabiriyle ideoloji ile ilgili kavramlar arasında anlaşma sağlanan ve yaygın kabul gören tanım John B. Thompson'a aittir. Buna göre Thompson " İdeoloji üzerine çalışmak anlamın veya anlamlandırmanın tahakküm ilişkilerini sürdürmeye hizmet ettiği durumlar üzerinde çalışmaktır" (Aktaran: Eagleton, 2005: 23) der.

İdeoloji soruları, bir toplumda, çatışan çıkarlara sahip farklı grupların nasıl birlikte olabildikleri konusu üzerinde yoğunlaşır. Toplum mevcut itibariyle bir biriyle çıkarları çatışan sınıflardan oluşur. Bu sınıfların çatışma olmaksızın bir arada yaşayabilmesi ideoloji ile ilgilenen düşünürlerin temel tartışma konusunu oluşturur. Nasıl olurda sınıfsal farklılıkların uçurumlara dönüştüğü toplum bir arada yaşayabilmektedir? Bununla ilgili olarak Gouldner'in yaptığı açıklama şöyledir. "Simgesel bir mekanizma olarak ideolojinin özel bir önemi vardır. Bu simgesel mekanizma aracılığıyla farklı toplumsal grupların çıkarları bütünleştirilebilir; bu mekanizmayı paylaşan birkaç egemen grup değişen toplumsal koşullara uygun yanıtlar vermede yetkilendirilir" (Aktaran: Shoemaker ve Reese, 1997:100).

Şimdiye kadar anlatılan kısmıyla ideoloji veya hegemonya hakim inanç sistemi üzerine kurulu şemalarda şekillenmiştir. Ancak siyaset felsefecisi Martin Seliger daha genel kapsamıyla hâkim güçler ve karşıt güçleri de barındıracak bir teori ortaya atar. Martin Seliger' göre ideoloji insanların örgütlü toplumsal eylemin ve özellikle de siyasi eylemin araç ve amaçlarını, bu tür bir eylemin verili bir toplumsal düzeni koruma, değiştirme, yıkma ya da yeniden inşa etme amacı taşıyıp taşımadığına bakmaksızın, belirleme, açıklama ve doğrulamada kullandıkları fikirler kümesidir (Aktaran: Eagleton, 2005: 25).

2.1.3.2. Medyanın İdeolojik Yönü

Sosyal sınıfların egemenlik mücadelesi içinde ideoloji, toplumsal çarpıklıkların görünmez hale geldiği, bu bağlamda alt sınıfların üretim ilişkileri içinde yerlerinin sabit kalmasıyla sonuçlanacak ve sistemin devamlılığının döngüsellliği konusunda, baskı, şiddet, zor kullanım olmaksızın bireylerin düşüncelerini egemen düşünceler paralelinde şekillendirecek bir ağıdır. Bu ağ toplumsal olan her şeyi ve her yeri sardığı gibi egemen güçlerin elinde olan medya da illaki bu ağın bir parçasıdır ve egemen ideolojinin söylemlerinin taşıyıcısı ya da toplumsal amaçlarının aracıdır.

Şu an içinde yaşadığımız dünyanın geçmişteki dönemlerden farklılıklarını ve değişimini modernite kavramı çerçevesinde ele alan ve üretim örgütlenmesi siyasal egemenliğin örgütlenmesi, temsil ve bilişin örgütlenmesinin değişimin kilit noktaları olduğunu söyleyen Murdock' a göre "İletişim medyası başlangıçtan beri, yalnızca ekonomik ve siyasal örgütlenmenin yeni biçimleriyle giderek karmaşıklaşan bağlantılar kuran yeni oluşumlar sıfatıyla değil, aynı zamanda bu değişmelerin anlamlarının kamusal olarak temsil edilmesinin ve tartışılmasının başlıca araçları sıfatıyla, sonuçta ortaya çıkan toplumsal ve kültürel düzenin oluşmasına yardımcı olmak konusunda kilit bir yol oynamıştır" (2005: 413).

Sistemlerin işleyişlerinin simgeler yoluyla olduğunu ve buna ilave olarak da modernite ile birlikte medyanın bu simge ve enformasyonun dolaşıma sokulmasında ve halkların siyasalın içine her ne şekilde olursa olsun girmesi konusunda yönlendirici etkisi olduğuna değinen Murdock, iletişim sistemlerin modernlik söylemleriyle ilgili olarak " İletişim sistemleri modernlik söylemleriyle bir aktarım sistemi olarak değil bir tercüme ya da tahvil etme sistemi olarak işler" (2005: 420) der. Bu sözleriyle ana akım çalışmalarına gönderme yapıldığı aşikârdır.

Medyanın kısıtlı etkisi üzerine yoğunlaşan ana akım çalışmalarının tersine güçlü ve amaçlı etkiden söz eden Murdock'a göre "İletişim sistemleri, şimdi ekonomik alanda yeni üretim sistemini eşgüdüm içine sokmada kilit bir rol oynamanın yanı sıra mali işlerin ve tüketim örgütlenmesinin uyumlu hale getirilmesi yolundaki yerleşik rollerini de genişletmektedir" (2005: 426).

Medyaya atfedilen ideolojik oluş ile ilgili olarak bahsedilmesi gereken yaklaşımlar arasında bulunan araççı yaklaşım medya sahipleri veya yöneticilerinin bireysel çıkar veya grup çıkarları doğrultusunda yapmış oldukları müdahalelerin veya yönlendirmelerin egemen güç veya sınıf çıkarlarıyla aynı doğrultuda olduğunu iddia eden görüştür.

Dursun'a göre araççı yaklaşım tıpkı çoğulcu yaklaşımlardaki gibi, iktidarın bireysel uygulanmasına ve gazete üretimi içindeki anahtar bireylerin ve grupların çıkarlarına, amaçlarına odaklanmaktadır. İhmal ettikleriye genel olarak medya üretiminin somut dinamikleridir (2001: 27).

Araççı yaklaşım birçok araştırmacı tarafından eleştirilirken kimi zayıf yönleri konusundan Murdock, "Üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, aynı zamanda

entelektüel üretim araçlarını da yönlendirir" tarzı bir önermeden yola çıkan araççılar, medyayı elinde bulunduranların aynı zamanda içerikleri de kontrol etlikleri yolunda bir iddiaya görüşlerini dayandırır. Güç/iktidar olgusunu, bireyin eylemleri ile doğrudan ilişkilendiren bu tanım, "ussal birey" anlayışı üzerine kumlu çoğulcu liberal yaklaşıma benzer bir zayıflık taşır. Pek çok araştırmacının "komplo teorisi" (conspiracy Theory) olarak adlandırdığı bu tarz bir yaklaşım basit bir ekonomik belirleyicilik anlayışı içinde medyayı ele alıp, gazetecileri ve diğer medya çalışanlarını kapitalist çıkarlara hizmet etmekle suçlarken, gerek haber üretim sürecini gerekse haber metinlerini tamamen araştırma dışı bırakmıştır, demektedir (İnal, 1996: 89).

Diğer bir yaklaşımsa Yapısalcı Marksist yaklaşımdır. Murdock'a göre Yapısalcı Marksist yaklaşımlarda ise medya, muhafazakâr politikaların başarısı için gerekli ideolojik koşulları yaratacak bir tarzda iş gören; ancak bunu kapitalist entrikacıların art niyetli müdahaleleriyle değil de, daha çok kapitalist bir sistem içinde ticari olarak çalışmasının sonuçlarıyla gerçekleştiren bir konuma sahiptir.(Aktaran: Dursun, 2001: 27).

Yapısalcı Marksist yaklaşım iki temel ayrıma girer. Bunlardan birincisi medya metin analizlerinin incelenmesiyle ideolojik açılımların tespiti üzerine yoğunlaşır ikincisi ise ekonomi politik açıdan incelemeler yapar.

Ortodoks Marksist yaklaşımın belirleyiciliğinin söz konusu olduğu ekonomi politik yaklaşımda alt ve üst yapılar arası ilişki doğrultusunda ideolojinin alt yapı tarafından belirlenen bir üst yapı kurumu olduğu savunulmaktadır. Bu yaklaşımda medyanın rolü ise Shoemaker ve Reese ye göre medyaya sahip olan ve onu kontrol eden sınıfın çıkarlarının yanlış bilinç üretimi aracılığıyla meşrulaştırmaktır. Medyanın bunu yapabilmesi için, Marksist toplum görüşünün kalbinde yer alan sınıf düşmanlıklarının gizlemesi ve çarpıtması gerekmektedir (1997: 109).

Eleştirel ekonomi politik özellikle iletişimsel etkinliğin maddi ve simgesel kaynaklarına eşit olmayan paylaşımı tarafından yapılandırma tarzıyla ilgilenir (Murdock, 1997: 55). Giddens'a göre "Amaç yapıların eylem yoluyla oluşturulmasının nasıl gerçekleştiğini ve buna karşılık eylemin yapısal olarak nasıl oluşturulduğunu açıklamaktır."(Aktaran: Murdock, 1997: 56). Ekonomi politik

yaklaşımında ticarileşme ve özel sektörün dinamiklerinin medyaya etkisi üzerinden çalışmalar ilerlemiştir.

Ekonomi politik bağlamda iletişim adına yapılan incelemelerde 3 önemli çözümlemeyle alanın genel çalışma pratiğini sergileyen Murduck'a göre bu çalışmalar "Birincisi, kültürel malların üretimiyle ilişkilidir ki ekonomi politik kültürel üretimin kültürel tüketim silsilesi üzerinde sınırlandırıcı (ama bütünüyle belirleyici olmayan) bir etki yaptığı varsayımına özel önem atfeder. İkinci olarak, medya ürünlerindeki mevcut temsillerin, onların üretimi ve tüketimindeki maddi gerçeklerle bağlantılı ilişkilendirilme biçimlerini göstermek için metinlerin ekonomi politliğini incelenir. Son olarak, ekonomi politığın özel olarak ilgilendiği maddi ve kültürel eşitsizlikler arasındaki ilişkiyi göstermek için kültürel tüketimin ekonomi politığı değerlendirilir." (Murduck, 1997: 62).

Ekonomi politik yaklaşım medya içeriği ile ilgili olarak ekonomik ilişkilerin son noktada belirleyici olduğunu ve ideoloji ile üretim ilişkilerinin direk bağlantılı olduğunu dile getirir. Bu yaklaşıma yapılan eleştiriler ise Shoemaker ve Reese ye göre ekonomik ilişkilerin medya içeriğinde kendilerini açığa vurduğu özgül pratikleri ya da düzenekleri araştırmamaları boyutun da temellenir (1997: 109).

Öte yandan Althuser ve Gramsci'den etkilenen kültürel çalışmalardaysa ekonomik belirlemenin ilk aşaması kabul edilirken son dönemde belirleyici olduğu ret edilmiştir ve ekonomi politik yaklaşımın anlam içinde girilen mücadelenin uzak olduğu savından hareketle başka bir boyut üzerinde durulmaktadır.

Kültür ve kültürün anlam üzerindeki etkisi üzerine yoğunlaşan Hall "Medyanın ideolojik olduğu iddiası, onun anlamın toplumsal inşası alanında iş gördüğünü söylemektir. Medya, üzerinde insanların kendi dünyalarının bilincine vardıkları alanı sağlar. Temizleyici sibernetik donanımlarıyla, sterilize edilmiş enformasyon terimi, tüm yinelemeleri ve büyüleriyle, medyanın kültürel boyutları içerisindeki temelde kirli, göstergebilimsel, anlambilimsel, söylemsel niteliğini söylemez ya da yok edemez. Kısaca, bunu önlemenin bir yolu yoktur" demektedir (1997: 92).

Anlamlandırma, dünyanın anlamlı kılınması için toplumların dil ve simgeleri kullanarak ürettikleri yaşamsal pratiklerdir. Anlamlandırma ve medya ilişkisine değinen ve yeni anlamların inşa edildiği kanallar olarak medyayı işaret eden Hall "Medya kurumları içinde, üreticilerin bir ürün ortaya koymak için. Ellerindeki anlam

üretimi araçlarını (teknik donanım) belli bir tarzda kullanmalarını (yukarıda tanımlanan anlamlandırma öğelerinin bileşimi) sağlayan özel bir toplumsal örgüt evrimleşmişti. Bundan dolayı medya kurumlarının özgüllüğü, tam da bir toplumsal pratiğin simgesel bir ürün ortaya çıkarmasına yol açacak şekilde örgütlenmeleri tarzında aranmalıdır. Bu açıklamayı değil de şu açıklamayı inşa etmek, belli araçların özgül bir yeğlenimini (seçme) ve bu araçların anlam üretme pratiği sırasında bir arada eklenmesini (bileşim) gerektiriyordu” demektedir (Hall, 2005: 90).

Bu görüşe ilave olarak anlamlandırma süreci toplumsal ve simgesel öğelerin birleşimiyle oluşurken medyanın yaratmış olduğu simgeler anlamlar üzerinde son derece etkili olmaktadır. İdeoloji bir mücadele alanıdır ve egemen düşünce ile alt sınıflar arasında devam eden bu mücadele medyada da anlamlar üzerinden işler.

Yukarıda açıklanmış olan, halkın güç ve rızasını alma biçimi olan hegemonya kavramı üzerinde temellenen ve Althusser’in ideoloji anlayışının belirleyiciliğinin söz konusu olduğu kültürel yaklaşımlarda kitle iletişim araçlarının rolü ile ilgili olarak Erdoğan ve Korkmaz, Gramsci’nin istikrarsız denge görüşüne dayanarak şu yorumu yaparlar “Kitle iletişim araçları kapitalist toplumlarda egemen ideolojilerin söylemleri içinde "Dünyayı tasnif etme" ideolojik çalışmasını sürekli olarak yerine getirir. Bu ne basit, ne de bilinçli bir iştir. Egemen alanı oluşturan farklı ideolojiler arasında içsel çelişkiler vardır, hatta bunlar egemenlik için yarışır ve mücadele ederler. Böylece, kitle iletişim araçlarının işlerini, çelişkileri de üretmeden kaçınarak yapabilmesi olanaksızdır: Bu araçlar karşı etkinlikte bulunan yönelimlerin olduğu ortamda çalışır.” (Korkmaz ve Erdoğan, 2005: 367).

Kültürel çalışmalardaki medyanın dünyayı anlamlandırma durumu ile ilgili olarak Frankfurt Okulu temsilcilerinden Marcuse de kitle iletişim araçlarının kullandığı dilin düşünceyi engellediğini dile getirir. Ona göre, “Kitle iletişimi araçları "söylem evrenini kapama" rolünü oynar: Varolan toplumsal düzenlemelerle çatışan veya nitelik bakımından düzenin çerçevesinden öteye giden alternatif perspektifler otomatik olarak kurulmuş tartışma referansı kuralları dışında bırakılabilir. Böylece, sistem olduğu gibi yönetilir ve çelişkiler tutulur” (Aktaran: Korkmaz ve Erdoğan, 2005: 367).

2.2. Radyodaki Ve Radyo Haberlerindeki Değişikliklerin Nedenleri Ve İdeolojik Yönleri

Telgrafın icadından, elektromanyetik dalgalar ile telsiz telgrafın bir kitle iletişim aracı olan radyoya dönüşümüne ve radyonun da bir propaganda aracından ve bir haber aracından eğlence aracına dönüşümde geçen süreç toplumun yapısal süreciyle ve alt yapının dönüşümleriyle yakından alakalıdır. 1907’de, Amerikalı Lee De Forest, telsiz telgrafın ses şiddetini yükseltebilen ilk lambayı, Triyot’u bulduğunda kimse bu günkü anlayışıyla bir radyonun ortaya çıkabileceğini tahmin edemezdi. Çünkü o dönemin yapısı itibariyle bu teknolojik gelişim, yapının içinde bir parça olarak değerlendirilmiş ve yapının egemen düşünce anlayışları doğrultusunda şekil almıştır.

Her dönem içinde farklılaşarak oluşan üretim ilişkileri, toplumun düşünce yapısını kültürünü vb etkilediği gibi radyo yayıncılığında topluma ait herşeyle bereber etkilemiş buna göre radyo yapılanmaları yada radyonun ideolojik seslenişleri bu yapıya ayak uydurmuştur. Çalışmanın bu bölümünde radyonun dönüşümü ve haber anlayışının değişimi yapısalcı bir yaklaşımla ele alınmıştır. Ekonomi politik yaklaşım yörüngesinde ticarileşmiş radyonun dönüşümü incelenirken ekonomik indirgemeciliğin bu dönüşümün kısmi olarak açıklanmasına yarar sağlarken eksik kalacağı görüşünden hareketle yine yapısalcı Marksist çerçevede kültür unsuru da incelemeye dâhil edilmiştir.

2.2.1 Üretim İlişkilerinin Yeniden Üretimi Ve Radyo

Marx’a göre, bir toplumda üretim şekli ne olursa olsun, bu sürecin devamlı olması, devresel olarak aynı evrelerden geçerek sürüp gitmesi gerekir. Bir toplum tüketmekten nasıl vazgeçmezse üretmekten de öyle vazgeçemez. Bunun için bir biriyle ilişkili bir bütün, devamlı yenilemelerle akıp giden bir olay olarak görüldüğünden, her toplumsal üretim süreci aynı zamanda yeni bir yeniden üretim sürecidir (2003: 487). Bu yeniden üretim süreci sürüp giderken topluma ait olan her şey de bu süreç içinde değişir.

Değişim için üretilen mallara meta denilmektedir. (Eaton, 1990: 33) Meta, her şeyden önce, bizim dışımızda bir nesnedir ve taşıdığı özellikleriyle, şu ya da bu türden insan gereksinmelerini gideren bir şeydir. Bu gereksinmelerin niteliği, örneğin ister mideden, ister hayalden çıkmış olsun, bir şey değiştirmez. Burada nesnenin, bu gereksinmeleri, geçim aracı olarak doğrudan doğruya mı, yoksa üretim aracı olarak dolaylı yoldan mı, nasıl giderdiği de bizi ilgilendirmemektedir (Marx, 2003: 45)

Medya kuruluşlarının ürettikleri içerik de metadır. İrfan Erdoğan iletişim ve üretim için “İletişimin olması için iletişimin üretilmesi gerekir. İletişimin üretilmesi demek belli amaçlı bir faaliyetin herhangi, bir biçimde ifadesi demektir. İletişimin bir anlık kesitini ele alırsak, önümüzde bir ileti görürüz. Bu ileti belli koşullarda ve belli konumlarda yer alan sosyal bir üründür. Bu ürünün üretilmesi için beyin enerjisinden en karmaşık teknolojilerin kullanılmasına kadar çeşitlenen "emekler" harcanır. Toplumsal yaşamda insanlar iletişim ağlarıyla günlük faaliyetlerini yürütür. İletişim üretim tarzı en geniş tanımıyla, günlük iletişim bütünü, dinamik yapısını anlatır.” (Erdoğan, 1997: 127) demektedir.

Meta üreten tüm sermaye sahipleri üretimlerini yeniden üretmek durumundadır. Bu doğrultuda meta üreten medya kuruluşlarında üretimin yeniden üretimi bu kuruluşları tam anlamıyla kapitalist sistem içindeki çarklardan biri haline getirir. Althusser yeniden üretimle ilgili olarak “ Fabrikasında yün kumaşlar üreten bir kapitalist olan Bay x ham maddesini, makinelerini vb. yeniden üretmek zorundadır. Ama o kendisi bunları kendi üretimi için üretmez bunu başka kapitalistler yapar”(2008: 155) demektedir.

Günümüzde ticarileşen hayatta, yukarıda anlatılan üretim ilişkileri ve yeniden yapılandırılması durumu, radyo düşünüldüğünde de çok farklı değildir. Başlangıç olarak radyonun ayakta kalabilmesi için diğer üreticilerle ticari ilişkiler kurması şarttır. Reklam boyutunda gerçekleşen bu ilişkiler kurumların ticari ilişkilerle diğer üreticilerin oluşturduğu ağa dâhil olmasını sağlar. Buna ek yayında kullanılan tüm cihazlar için başka üreticilerin ürünlerine ihtiyaç söz konusudur. Tüm bu cihazlar tamamlandıktan sonra ise üretilcek meta için kaynağa yani genel anlamda hizmete ve başka ürünlere ihtiyacı vardır. Bu ham maddenin sağlanması durumu başlangıçta farklı iken şuan ki durum daha karmaşıktır. Örneğin ilk başlarda müzik programları için orkestralara belli miktarlarda ücret ödenerek canlı yapılan müzik programlarının

yerini şimdi başka üreticilerin kayıt altına aldıkları hazır müzikler almıştır. Önceleri program başına müzik yayını yapabilmek adına bir orkestraya ücret ödenirken şimdi bunun yerine sadece bir kez telif hakkı ödenerek (Türkiye de çok geçerli değil ve bu yüzden daha cazip) satın alınan kayıt altına alınmış müzik yani yeni bir üretim şekli geçmiştir.

Radyo haberleri için de benzer bir durum söz konusudur. Radyonun ilk dönemlerinde istasyonlar gazete haberlerini kaynak olarak kullanmıştır. Ancak kısa sürede dünyanın birçok yerinde bu duruma gazetelerin tepki göstermesi ve hukuki mücadele ve bunun yanında çeşitli boykotlar yüzünden radyo istasyonları haberlerini kendileri toplamak zorunda kalmış ve haber merkezlerini geliştirmişlerdir. Kendi haber merkezlerinin gün içinde hazırladıkları haberleri yayınlarken bunun maliyetinin yüksek olması nedeniyle başka üretim şekilleri gelişmiştir. Buna örnek olarak ajanslardan haber almayı verebiliriz. Ajanstan gelen veriler radyo haberi formatında üretilerek yayınlanmıştır ya da sadece radyolara haber sağlamak için kurulan ajanslardan faydalanılmıştır. Böylece radyolar çok daha az sayıda haber çalışanı ile haber yayınlarını daha etkili olarak hem yerel hem de dünya çapında haberlerle yapmışlardır. Elbette bununda bir maliyeti söz konusudur ama kendi haber merkezlerinin işçilik ücretleri, ulaşım ve teknik imkân için ayrılan ücretin çok altında kalmaktadır. Bunun sonrasındaysa radyo istasyonlarının sahipleri ajanslara ödenen ücretin, haber programları veya bültenleriyle karşılığının alamadığını veya kar elde edilemediği düşünmüş veya gerçekten kar elde edemediklerinden çalıştıkları ajans sayısını azaltmış sonraları ise haber merkezlerinde özellikle Türkiye’de internet ya da televizyon haberleri de ciddi birer kaynak haline gelmiştir. Günümüzde ise bir diğer durumsa birçok radyonun haberlerini radyo haberi hizmeti veren ajanslara yaptırması ve çok daha az ücret ödemesidir. Bu ajanslar sayesinde haber merkezi kavramı ve işletmeye yarattığı maliyeti ortadan kalkmıştır ve haber bültenleri kısa spotlar halinde bu işi yapan ajanslardan hazır halde satın alınmaya başlanmıştır.

Bu genel durumla ilişkili olarak Murduck “Üretim tarzı düşüncesi dikkatleri piyasadaki özgür mübadeleden uzaklaştırarak üretim sisteminin dinamiklerine ve bu dinamiklerin eylemde bulunan ve seçim yapma şıklarını kuşatan yapısal eşitsizlikleri yaratma tarzına yöneltir.”(2005: 423) demektedir. Gelişen ve giderek üreticileri birbirine bağlayan kapitalist ekonomide radyolarda hayatta kalabilmek için

kendilerine sunulan kısıtlı seçimler doğrultusunda üretimlerini yeniden üretmek zorunda kalmışlardır. Kapitalist ekonomide amaç sermaye birikimi olduğu düşünülürse yeniden üretimin kaçınılmaz olduğu bir ortamda mutlaka bir takım yapısal değişikliklerle karşılaşılacaktır. Bu manada radyonun işlevlerinden olan haber verme işlevi Türkiye’de maliyetin de yüksek olması nedeniyle radyo istasyonları tarafından ya minimum maliyetlerle yapılmaya çalışılmakta yada artık yerine getirilmemektedir ki yapının radyo için sunduğu seçimlerin içinde ayakta kalabilmek için haber yerine eğlence anlayışının yerleştirilmesi en başat olandır.

Geçmişte toplumların en önemli haber alma aracı olan radyo şuan Türkiye de bu işlevini tam olarak yerine getiremediği gibi neredeyse tamamen eğlenceye yönelik bir içerik kazanmıştır. Büyük medya gruplarının ellerinde olan radyo istasyonları müzik yayını ile birlikte haber verme çabalarını devam ettirseler de bunun maliyetini yerel veya bölgesel radyolardan çoğu karşılayamamaktadır.

Günümüzde özellikle özel radyoların haber bültenlerini yayınlarından kaldırmaları veya haber bülteni olan radyolarında bu bültenlerin sürelerini mümkün olduğunca kısaltması ve genel anlamıyla da radyo istasyonlarında haber verme işlevinin bir kenara bırakılması durumu amaçlı bir iletişim şeklini de bizlere göstermektedir.

Tüm iletişim biçimlerinin bir amacı vardır. Amaçsız kendiliğinden olduğu iddia edilen durumlar bile aslında amaçlıdır. Erdoğan’a göre “İletişimde amaç istemle ilgilidir. Amaçsız iletişim bir istemin kastın olmadığı iletişimdir. Kasıtsız veya amaçsız iletişim olur mu? İletişimi bir tarafın diğerine bir amaç için, bir etki için mesaj göndermesi {veya mesaj araması) olarak ele alırsak, amaçsız iletişim olmaz.”(1997: 67)

Kapitalist yapılanmaya sahip olan tüm medya kuruluşları gibi radyolarda öncelikli olarak kar amacı gütmekte ve bu yüzden de medyanın tamamında olduğu gibi eğlence ve popüler kültüre yönelik bir yayın anlayışı benimseyerek haber vermenin de içinde bulunduğu diğer birçok radyo program türünü de bir yana bırakmaktadır. Popüler kültür ürünlerinin yayınlarda ağırlıkla tercih edilmesi yapısal süreçle alakalı, kar amacının sonucudur. Ancak bu noktada popüler kültürle sağlanan genel iletişimin amacı sorgulanmalıdır.

Adornonun dile getirdiği “Kültür endüstrisine” hizmet eden tüm medyanın bir parçası olan radyo istasyonları diğer kitle iletişim araçlarıyla da kar amacı güttükleri için ister istemez yarışmak durumundadır. Adorno, (2000: 14) bu durumla ilgili olarak “Kapitalizmde bütün üretim piyasa içindir, mallar insan ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için değil kar elde etmek için daha fazla sermaye edinmek için üretilir” der. Radyo da belirlediği içeriği ile kar amacı güder ve medya ile ilgili ortaya atılan sosyal sorumluluk ilkelerinin de gerçekleştirilmediği görülür. Ve aslında erken dönem araştırmacıların ortaya attığı bu işlev ticari medya için geçerli değildir.

İş olarak tanımlanacak ve amacı kar elde edip sermayesini büyütme olan hiçbir kuruluşa sosyal sorumluluk gibi bir yük yüklenemez veya yüklense bile bunun gerçekleşmesini beklemek yanıltıcı olacaktır. Radyonun da ve genel olarak medyanın da tüm yapı içinde ticarileşme nedeniyle farklı davranacağını düşünmek de ütopya olacaktır. Radyo yayıncılığı şuan ticari amaçlı bir iştir kamu hizmeti yayıncılığı sistemi ise çökmüştür. Pekman bu duruma ilişkin olarak “Bu yeni yayın anlayışı genel olarak kar ve rekabet gibi, daha önce bu geleneğin dışında tutulan kavramların ön plana çıkması gibi biçiminde ve uluslar arasılaşma ve küresel rekabetin yayıncılık üzerinde etkin bir rol oynamaya başlaması yayıncılığın giderek bir hizmet olmaktan çıkarak “iş” e dönüşmesi çerçevesinde tarif edilmektedir” (Pekman, 1997: 1) der.

Bu yüzden radyolar daha fazla eğlence üreterek karlılıklarını arttırmayı düşünürler ve halkın haber alma hakkı bir kenara bırakılarak popüler kültürün parçası olan kitlesel sınaî sanatsal ürünlere (özellikle müzik) ağırlık verilir.

Televizyon ve internet gibi başka kitle iletişim araçlarıyla yarışmak durumunda olan radyolar için haber içeriğinin maliyetli bir hale gelmesi kar amacı güden radyo istasyonlarının haber konusunda minimum maliyeti hesaplamalarına neden olmaktadır. Bu yüzden haber içerikleri mümkün olduğunca dar ve kısa süreli verilmektedir. Ve bu durum gerçekleşirken de bunu tüketicinin isteği doğrultusunda yapıldığı iddia edilmektedir. Aslında tartışılması gereken şey tüketicinin ne istediğinin kimler tarafından şekillendirildiği ve bunun nedenleridir.

Radyoda haberin ve eğlence unsurlarının değerleri günümüzün üretim şeklinin gerekliliklerinden dolayı değişmiştir. Üretim ilişkilerinin yeniden üretimi sonucunda zaman içinde haber programlarının ya da bültenlerinin yapım aşaması değişmiş son

noktada ise haber yapımında kullanılan sermaye ve karlılık oranlarının karşılaştırılması sonucu haberin kar getirisinin düşük olduğu neticesinde haberlerin değişim değeri düşmüştür. Kapitalist üretim ilişkilerinin şekillendirdiği radyo yapılanmasında haberin kullanım değeri mübadele değeri içinde erimiştir. Bu biçimsel dönüşüm nedenlerinin bir tanesi de kapitalist medya yapılanmasının sonucu olarak sermayedarın daha ucuz ve daha kolay satılabilen meta üretimini sağlama ihtiyacı olduğu söylenebilir. Talepler ve sorumluluklar ki bunlar aslında ticari medyaya yüklenilmesi anlamlı değil, dikkate alınmaksızın ve kullanım değeri görmezden gelinerek sadece mübadele değeri düşünülmektedir. Bu nedendir ki maliyetli olan haber programı veya bültenlerinin yerini daha ucuza elde edilebilen ve mübadele değeri yüksek olan popüler kültürün öğeleri olan müzik ve eğlence almıştır. Bu ürünlerin mübadele değerlerinin yüksek olma nedeni kullanım değerlerinden bağımsız olarak toplumun üretim ilişkileri içinde kültürün endüstrileşmesi ve yaygın hale gelmesi ile ilintilidir. Adorno bu durumu şöyle açıklar:

“Aydınlanmış akılsallığın, amaçlara yönelen akli engellemesi gibi, kapitalist üretimde kullanım için üretimi engeller. Aydınlanmış akılsallığın duyusal tikellere kayıtsız ve duyarsız kalarak tikelleri evrensel içinde eritmesi gibi, kapitalist üretimde şeylerin kullanım değerlerini mübadele değeri içinde eritir. Aydınlanmış akılsallık ve kapitalist üretim dönüşümün önünü tıkar. Aydınlanmanın doğa üzerinde ki tahakkümüne ve mutluluğu gerçekleştirecek araçları sağlama almaya dayanan karşı konulmaz ilerlemesi aslında karşı konulmaz bir gerilemeye yol açacaktır”(Adorno, 2000: 15).

Önceleri iktidarların hizmetinde olan ve en güçlü yayın aracı kabul edilen radyolardaki biçimsel değişikliğin ve bu doğrultuda radyo haberciliğinin özellikle Türkiye’ de neredeyse ortadan kalkması ve belli başlı radyo istasyonları tarafından eskiye nazaran çok farklı bir formatta sunulmasının nedenlerinden biri radyo istasyonlarının yapılanmalarıdır. Bunun için her sermayedar gibi radyo sahipleri de öncelikli olarak sermayelerinin artışı amaçlarlar. Bu da ileriki bölümlerde inceleyecelenmiş olan toplumsal uzlaşma ortamlarının kalkması veya tahakküm içeren bir toplumun oluşması adına önem arz eden bir durum ortaya çıkartmaktadır.

John W. Riley ve Mathilda W. Riley ‘in ana akım yapısalcı bakış açısından radyonun değişimi ele alınırsa yapının hem kitle iletişim araçlarının değişimini etkilediği hem de ondan etkilendiği sonucu çıkacaktır. Bu durumda toplumdaki

üretim ilişkilerin değişim sürecin de radyo yapıdan etkilenmiş ve yapıyı etkileme şekli de yapıdaki değişiklik yüzünden değişmiştir. Ayrıca toplumsal değişiklerin oluşmasında da diğer kitle iletişim araçlarıyla beraber etki göstermiştir.

Mcquail ve Windahl bu kuramı şöyle açıklar “Riley ve Riley iletişim süreci içindeki birincil (primary) ve ikincil (reference) gruplarının oynadığı rol üzerinde durur. Birincil grupların en temel ayırt edici özelliği; üyeleri arasında samimi, içten, ilişkilerin olmasıdır. Aile; birincil gruplara tipik bir örnektir. İkincil grubu ise, bireylerin tutumlarını, değerlerini ve davranışlarını tanımlayabildiği bir gruptur. Bireyin, grup üyesi olma gibi bir gereksinimi yoktur, ancak grup normu, sonuçta referans grupları gibi bireye yakındır ve onlar gibi hizmet eden bireyi yönlendirir. Birey. iletişim süreci içinde bir iletişimci (iletişimi başlatan -communicator) ve alıcı olarak, birincil gruplardan etkilenir” (Mcquail ve Windahl, 1981: 53).

Yaylagül modelle ilgili olarak “Burada çok yönlü, geniş ve toplumsal bir faaliyetler bütününe dikkat çekilmektedir. Toplumsal yapı, hem iletişimde bulunan gönderici ve alıcıyı hem de onların içinde yer aldıkları birincil ve ikincil grupları kapsar. Kitle iletişim süreci ile toplumsal yapı karşılıklı etkileşim içerisindedir. Medya hem bu toplumsal yapının bir parçası olarak ondan etkilenir hem de bu toplumsal yapıyı etkiler” (2008: 60) demektedir.

Radyo hem üretim ilişkilerinin oluşturduğu toplumsal yapıdan etkilenirken hem de alıcı konumundaki toplumunun da aynı ilişkiler doğrultusunda değişmesi, beklentilerinin, ilgilerinin farklılaşması sonucunda, popülerliğini ve bağlantılı olarak karlılığını korumak zorunluluğu ile iletilerini ve anlayışını toplumsal etkileşim sürecinde yenileyerek hem topluma hem de üretim ilişkilerindeki yeniden üretime, popüler kültür ürünlerine ağırlık vererek ayak uydurmuştur.

Ticarileşme temelli açıklamanın sonrasında olayın kültürel boyutta nasıl bir işleyişe sahip olduğu aşağıda popüler kültürle ilgili incelemede ele alınacaktır.

2.2.2. Popüler Kültür Ve “Yeni” Radyo

Radyonun yapısal dönüşümü sürecinde radyonun işlevlerinden olan eğlence işlevi günümüzde radyolarda işleyen en önemli işlevdir. Ancak bu işlev de eskiye nazaran biçim değiştirmiş ve şuan itibariyle popüler kültür ürünleri olan kitlesel

müzik ve şov programlarıyla yeni dönemin eğlence anlayışını yansıtan bir hal almıştır.

Popüler kültürle ilgili yapılan çalışmalarda karşımıza çıkan durum popüler kültürün geniş halk kitlelerine hitap ettiğidir. Ancak diğer bir nokta ise özellikle tartışılan halkın ilgi gösterdiği popüler kültür ürünlerin kimin tarafından üretildikleri ve bu manada toplumsal işlevleriyle ilgili olan kısmıdır. Son derece geniş bir konu olan popüler kültürle ilgili olarak genel tanım ve işlevlerini bu bölümde ele alınacaktır.

2.2.2.1. Kültür

Korkmaz ve Erdoğan'ın tanımına göre "Kültür kavramı Latince'de ekme, yetiştirme, koruma ve onur anlamları taşıyan "Colere" kelimesinden gelir. İlk kullanımı "ürünlere veya hayvanlara bakma" anlamdadır. Sonradan "düşünceyi besleme" anlamına kullanılmaya başlanmıştır. Böylece kültür 'uygarlığa' bağlanmıştır" (2005: 327).

Anthony Giddens kültürü, "...belirli bir grubun üyelerinin sahip oldukları değerler, izledikleri normlar ve yarattıkları maddi ürünler" biçiminde tanımlamıştır. Giddens daha da ileri giderek, toplum kavramıyla kültür kavramı arasındaki çok yakın ilişkiye de işaret eder ve ikisi arasındaki ayrıma, toplum kavramına gönderme yaparak dikkat çeker: "Toplum, ortak bir kültürü paylaşan bireyleri bir arada tutan karşılıklı ilişkiler sistemidir. Toplum olmadan hiçbir kültür varolamaz. Ama aynı şekilde, kültür olmadan hiçbir toplum da varolamaz (Aktaran: Landby ve Ronning, 1997: 14).

Weber'in kültürle ilgili tanımı ise şöyledir. "Kültür dünyadaki sonsuzcasına anlamsız olayların sınırlı bir parçasının insan varlıklarının görüş noktasında anlam ve önemle donatılmasıdır." (Aktaran: Schoeder, 1996: 17).

Malinowski'ye göre kültürün oluşumuyla insanların temel yaşamsal ihtiyaçları arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Hatta kültür temel ihtiyaçların karşılanabilmesi için var olmuştur. Buna göre Malinowski "İnsanların güdülerini karşılamak için kültürel kurumlar oluşturulmuştur. Bu ihtiyaçlarla kurumları birbirinden ayıramayız. Örneğin kültür koşulları altındaki insanlar sabahleyin

uyandıklarında iştahları açıktır ve aynı zamanda kendilerini bekleyen bir kahvaltı ya hazırdır ya da hazırlanacaktır. Gerek iştah ve gerekse bu iştahın karşılanması rutin olarak aynı anda ortaya çıkar. Kazaların dışında, organizma gereksindiği ısı düzeyini kendisini koruyan giysilerden, ısıtılmış odadan, ya da barınaktan yanan ateşten veya yürürken, koşarken ya da ekonomik etkinlikte bulunurken yaptığı hareketten sağlar. Şurası açıktır ki organizma kendisini ayarlar, öyle ki her bir gereksinme için bazı özel alışkanlıklar gelişir ve kültürel cevapların örgütlenmesinde bu rutin alışkanlıklar doygunlukların örgütlenmiş rutiniyle karşılanır” şeklinde bir tanımlamaya gitmektedir (Aktaran: Kızılçelik, 1992: 372).

Eleştirel kültürel yaklaşımda ise kültür sembolik veya anlam verme sistemleri içinde tarihsel olarak inşa edilen materyal üretim olarak görülür (Korkmaz ve Erdoğan, 2005: 327).

2.2.2.2. Popüler Kültür

Kültür kavramında yukarıdaki tanımlar ışığında karşımıza çıkan ortak nokta toplumların veya kişilerin kendilerinin ürettikleri maddi veya manevi unsurlar olduklarıdır. Kimi zaman maddi ürünler olarak kimi zaman anlayış ve yorumlama kimi zamanda yaşamın sürmesine katkı sağlayan bu yüzden ortaya çıkan şeyler olarak birçok tanıma sahiptir. Ancak kültürün belki de en önemli özelliği toplumların ortak ve kendi üretimleri olduğudur.

Popüler kültür çalışmalarında ise en büyük tartışma konusu olan konu popüler kültürün yani halkın çoğunluğunun ya da çoğunluk olarak kabul edilecek bir kesimin ilgisini çeken kültür unsurlarının üretim aşamasıdır. Ve tartışmaya katılan birçok kişi için popüler kültürün tanımı farklılaşır. Tarihi süreçte seri üretimle ve sonrasında medyanın da desteğiyle kitlelerin ilgi odağı haline gelen popüler kültür öğelerinin genel tanımında kültür ürünlerinin üretimi halkın elinden alınmış ve endüstrilerin egemenliği altına girdiği iddia edilmiştir. Peki, popüler kültür denilen şeyin geçmişinde sadece seri üretim ve kapitalizmle mi sınırlıdır. Yani önceki dönemlerin halklarının yoğun ilgi gösterdiği çeşitli popüler kültür öğeleri yok mudur? Bu sorunun yanıtı Oskay’a göre şöyledir:

“Hayatımızın her alanını kaplayan metalaşma ve şeyleşmeyle özgürleşme umudunun hepten kaybolduğu bu kasvetli ve ağır atmosferde varlığımızı sürdürmemize yardım eden bir şeydir popüler kültür: üstelik yaygın kanaatin

aksine sadece modernite ile de ilgili değildir ve "Mısır'ın, Sümer'in, Asur'un ve Roma'nın gevşek dokulu geniş siyasal dünyalarının düzenlediği toplumsal hayata kadar uzanan bir geçmişi vardır. Popüler kültür, buralarda kamusal nitelikli işleri görmek için toplanan kalabalık işgücünün muhalif bir alt-kültür geliştirmesini engellemiştir." (Aktaran: Mutlu, 2006: 12).

Bu noktada bu dönemlerde de aslında benzer bir olgununun olduğuna dikkat çeken Oskay popüler kültürün siyasi işlevi konusunda bir gönderme yapmıştır. Ancak asıl konu olan popüler kültür ürünlerinin üretimi ve o dönemde endüstrileşmenin olmadığı düşünülürse popüler kültürün halkın elinde olduğu aşikârdır. Fakat bu durum şuanla ciddi farklılaşma gösterirken bizlere popüler kültür denen şeyin bir anda sanayi sonrası toplumda ortaya çıkan bir şey olmadığını ve tarihi süreç içinde yeniden yapılandığını gösterir.

Mattelart'a göre, popüler kültür direnenlerin ve egemenliğe karşı mücadele edenlerin kültürüdür. Bu kültür kendi başına var olmaz; egemen kültüre karşıtlık süreci içinde oluşur ve tanımlanabilir popüler kültür folklorculuğun reddidir. Direniş tarafından yaratılmış, artık yaşanmayan uzak geçmişin değil, şimdinin, günlük yaşamının kültürüdür (Erdoğan, 2006: 76).

"Mattelart'ın tanımlamasından ve direniş kültürü, mücadele kültürü, alternatif kültür, işçi kültürü gibi tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi, popüler kültür kavramı üzerinde mülkiyet mücadelesi vardır. Eğer günümüzde geniş kitlelerin bilincine işlenmiş anlamlandırmaya bakarsak, popüler kültür kavramı üzerindeki mücadelede kapitalist sistemin çıkarlarını destekleyen bir egemenlik kurulduğunu görürüz. Kapitalizm, demokrasi, özgürlük, insan hakları vb. birçok alanda olduğu gibi popüler kültür alanında da gasp işini gerçekleştirerek popüleri ve popüler kültürü kendine mal etmiş durumdadır. Popüler kültür kitle üretimi teknolojilerinin gereksinim duyduğu kitle kültürünün bütünlük bir yandaşı şekline dönüştürülmüştür (Erdoğan, 2006: 76).

Kültür üretimin halkların elinden alınarak Frankfurt okulunun görüşleri doğrultusunda bu üretimin endüstrileşmiş olduğuna değinen Erdoğan "Dün popüleri tanımlayan güç halktı. Bugün popüleri tanımlayan güçler belli endüstrilerdir. Yani popülerin tanımı halkın elinden alınmıştır tanımını yapan sermaye gücüdür" (Erdoğan, 2006: 77) demektedir.

Popüler kültürü "Hegemonik" ilişkiler içerisinde ele alan bir yaklaşımdan da söz etmek gerekir. Popüler kültürün tam olarak bir egemenlik aracı olarak görülmesi ya da halkın üretimi olarak değerlendirmek yanlış olacaktır. Gramsci'ye göre popüler kültürün de aracılık ettiği katıksız bir egemen kesimden ya da aynı ölçüde

katıksız bir bağımlı kesimden söz etmek doğru değildir. Aynı şekilde egemen kesimin tümüyle kendine özgü katıksız bir kültürü ya da bağımlı kesimin tümüyle otantik ve aynı ölçüde katıksız bir kültürünün olduğundan da söz edilemez. Bundan çok her iki kesimin kültürü, birbirleri içinde yer buldukları oranda işlevseldirler. Yani egemen kesim, egemenliğini pekiştirmek için karşı tarafın, yani bağımlı kesimin kültürünü tümüyle yok etmek gibi bir çaba içinde değildir (Aktaran: Güngör, 1999: 13).

İdeolojiyle ilgili bölümde de ideolojinin bir mücadele alanı olduğu söylendiği gibi popüler kültürde egemen sınıf ve tahakküm altındaki sınıfın kültürlerinin bir mücadele alanıdır. Gramsci'ye göre, bu mücadele eklemlenme alanı içerisinde ve hegemonik bir ilişki ortamında sürdürülür. Sonuçta bir kültürel kesit, karşıt kültürel kesim içerisine ne ölçüde sızarsa, ona egemen olmakta da o ölçüde başarılı olabilir. Ama sonuçta eklemlenme sürecine katılımda en fazla başarılı olan kesim diğer sınıf üzerinde hegemonik üstünlük elde etmektedir (Aktaran: Güngör, 1999: 13)

Kültürel anlamda hegemonik üstünlük elde etme durumunda elbetti ki güç dengeleri eşit olmadığından dolayı endüstrinin sahipleri bir adım öndedir. Basının da desteğiyle hegemonik üstünlük sermayedara geçerek popüler kültür üretimi el değiştirmiştir ve popüler kültürün tarihi sürecinde oynadığı rolü aynı doğrultuda üretim ilişkileriyle paralel farklı bir işleve bürünmüştür.

Yeni eğlence anlayışı ve Popüler kültürün diğer ürünleri ile kitlelere sunulan kültürel hedeflerde de sapmalar olmuştur. Önceleri siyasal anlamda fikir sahibi olan toplumlar bu fikirleri doğrultusunda belirledikleri hedeflere ulaşabilmek için çaba harcarken şu an siyasetten uzaklaştırılan toplumların kendileri için kültürel hedefleri kalmamıştır.

Sosyal anomi olarak adlandırılan ve ilk kez Durkheim'in ortaya attığı teori 1938 yılında Merton tarafından geliştirilerek sosyal yapı ve kültürel hedeflerin zıtlık göstermesi durumunda toplumda yaşanacak kural dışılıklara ve iktidarın zayıflamasına dikkat çeker. Merton'a göre "Anomi toplumun belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmada toplum tarafından belirlenmemiş davranışların kullanılmasının zorunlu olduğu durumlarda sosyal ve kültürel yapı alışımla ortaya çıkan zıtlık halidir" (Aktaran: Kızılçelik, 1992: 470). Bu bakımdan Merton'ın sosyolojik olarak ele aldığı anomi kavramı kültürel ve sosyal yapıyı içerir. Merlon'a göre en genel

anlamda kültürel yapı organize edilmiş değerler grubu normlar ve töreler olarak tanımlanabilir sosyal yapı ise toplum ya da grup üyelerinin organize edilmiş sosyal ilişkilerinden oluşur ” (Kızılçelik, 1992: 470).

1938 yılında ortaya atılan bu teori ile sosyal anomi, sosyal yapıdaki eşitsizlikler ile kültürlerin bireyler için belirledikleri örneğin eğitilmiş kişiler olmak veya zengin olmak gibi bir takım hedeflerin çatışması sonucu ortaya çıkacağı düşünülen durumdur. Farklı şekillerde kendini göstere bilmektedir. Merton’ın anomi kuramında anlatılmak istenen şey tam olarak şudur: “İnsanların yasal yollardan kendi amaçlarına ulaşma şanslarının az olduğu yerlerde sapma davranışı oranları oldukça yüksektir. Bu yüzden insanlar istekleri şeyleri elde etmek için yasal olmayan yollara başvururlar.” (Aktaran: Kızılçelik, 1992: 470)

Sosyal anomi olarak adlandırılan bu durum sonrasında karşılaşılabilecek sıkıntıların temelinde, kültürel hedefler ve sosyal yapının bunu engellemesi durumu vardır. Bu noktada popüler kültür ve eğlence devreye girer ve kültürel hedeflerin sosyal yapıyla uyumu sağlanır. Egemen ideolojinin sunduğu yeni hedefler sapmaların ortadan kalmasını sağlamaktadır.

Tüm bu tanımlar sonrasında radyodaki popüler kültür ürünleri ele alındığında özellikle popüler müzik ki arabesk türkü hatta bazı diğer müzik türleri de dâhil, endüstriyel üretimleri olan kitlesel özellikteki ürünler olarak tanımlanabilir. İçerlerinde folk motiflerinde barındığı aşıkârdır. Ancak bunların üreticileri toplum değildir ve dev bir endüstrinin parçasıdır. Genelde içleri boşaltılmış yaşamsal gerçeklerden uzak eğlence içerikleriyle toplumsal hedefleri farklılaştıran popüler kültür ögesi müzik ve eğlence unsurları aynı zamanda hegomonik bir yapılanmanın da temsilidir. Toplumdaki kültürel öğelere tahakküm sağlayan popüler kültür ürünleriyle toplumsal anlamlar da değişmeye başlamıştır:

Siyasetten uzak görünmesi ise popüler müziğin görünürdeki kimliğidir ve toplumsal işlevinin olmadığı yanılgısına neden olur. Radyoların bu tarz bir yayın içeriğine kaymaları sonucu toplumsal işlevlerinin kaybolmasına hatta egemen ideolojinin söyleminin taşıyıcısı veya etki aracı olmasına şu anki toplumsal ilişkilerden dolayı son verilmiş gibi gözükmeyle beraber radyo, egemen ideolojinin popüler kültürle iş birliğinden dolayı, dolaylı olarak ideolojinin yeni aygıtı olarak bir kez daha biçimlenmiştir. Popüler kültürü üretenler için tüm medya gibi radyo da

bu yeni hedefleri olan kültürün dağıtıcısı ve etki aracı haline gelirken simgesel anlamlar üretmekten vazgeçmemiş aksine yeni anlamlar yaratmaya başlamıştır.

Önceki dönemlerde iletişim araçlarını kullanarak ütopiyalar sunan iktidar sahipleri artık bunun yerine bu araçlarda özellikle de radyoda söylemle mutluluk vaatlerinden vazgeçmişlerdir. Foucault'a göre "Ütopiyalar, bir avunma sağlarlar; gerçek yerleri olmadığı halde yine de, kendilerini açıp gösterdikleri fantastik ve dingin bir bölge vardır. Onlara götüren yol bir hayalden başka şey olmadığı halde ütopiyalar, geniş caddeli kentlerden, göz kamaştırıcı bahçelerden, yaşamın çok kolay olduğu ülkelerden söz ederler" (1995: 10). Radyonun yeni işlevi ütopiyalar yaratmak değil popüler kültür ürünleri üretmek ve bunları satmaktır. Radyoda haber bültenlerinin yerini eğlence ve müziğin alması Radyonun ideolojik bir araç olmaktan çıktığı anlamına gelmemektedir.

Bu boyutu ile radyonun yapısal dönüşümünün toplumsal anlamların üretimiyle de yakın ilgisi olduğu aşîkârdır. Ekonominin belirleyiciliğinin yanında sistemin devamı adına yeni anlamlar üretmesi gereken medyanın kültür unsurları vasıtasıyla bu işlevi gerçekleştirdiği düşüncesinden yola çıkarak, radyonun dönüşümü ekonomik alt yapının zorlaması ile gerçekleşirken yine ekonominin belirleyici olduğu üst yapı unsuru kültür de biçimin nasıl olacağı ile ilgili olarak zorlamalarda bulunmuştur. Görünen o ki toplumsal üretim ilişkileri ve yapı, egemen güçlerin hegemonyası altında üst yapı unsurlarını kullanarak sistemin devamlılığı adına sürekli bir devinin içindedir ve radyoda bu devimin içinde yapının değişimine ayak uydurmuştur. Hemen belirtilmesi gereken konu bu işleyişin araççı yaklaşımda olduğu gibi bilinçli ve sınıf veya grup çıkarları gözetilerek yapılmadığıdır.

2.2.2.3. Popüler Müzik

Radyo istasyonlarının yaşanılan dönüşüm sürecinde yayınlarında en fazla kullandıkları yayın ögesi popüler müziktir. Popüler kültürün tanımlarıyla aynı doğrultuda endüstrileşmiş olan popüler müzik içinde popüler kültür ürünleri için yapılan tüm eleştiriler geçerlidir.

Adorno'ya göre, pop müzik standartlaştırılmıştır; "Hit" şarkıların standartlaştırılmasının amacı dinleyicilerin aynılaştırılmasıdır. Bunun için, onlara

seçme hakkı tanınmadan dinleyecekleri müzikler önceden oldukları gibi sunulur gibi yapılır; aslında dayatılır (Aktaran: Storey, 2000: 112-113).

Rosselson'a göre müzik endüstrisi, dinleyiciye ondan dinlemesini istetmek istediğini verir. Yani bir şeyin nasıl üretildiği, onun tüketim biçimini belirler. Müzik endüstrisi kapitalist bir endüstridir. Bu yüzden ürettiği ürünler kapitalist ürünlerdir. Yani bu ideolojinin mağdurlarıdır (Aktaran: Storey, 2000: 114).

2.2.3. Değişen Radyonun “Yeni” İdeolojik İşlevi

Golding ve Murduck’a göre ideoloji üretimi medya üretiminin genel ekonomik dinamikleri ve bu dinamiklerin neden oldukları belirlemelerden ayrı tutulamayacağı gibi, bunlar olmaksızın anlaşılmaları da olası değildir. Bu bağlamda medya, başat ekonomik üretim tarzına bağlı geniş anonim yapılar ürettiği ölçüde ideolojiktir. Böylece ideoloji sorusu, büyük işletme olarak medyanın üstlendiği işleve gönderme yapmaksızın açıklanamaz (Aktaran: Poyraz, 2002: 16).

Radyonun bir önceki bölümde başat ekonomik üretim tarzının ürünlerinden olan popüler kültür öğelerine yönelmeleri durumu ekonomik bağlamda ve yapının değişim süreci içinde üretimin yeniden üretimiyle ve toplumsal anlamaların üretimiyle açıklanmaya çalışılmıştır. Buna binaen radyodaki ideoloji üretimi de Murdock ve Golding’e dayandırılarak genel ekonomik dinamiklerle alakalıdır. Ancak ideolojik işlev sadece ekonomik bağlamda değil başka boyutlarıyla da bu bölümde işlenecektir.

“Yeni” radyonun yapısal dönüşüm sürecinde ticarileşme ve radyo üretimindeki sonuçları ile beraber radyo yayınlarını tüketen kişilerin egemen ideolojiye bağlılıklarının perçinlenmesi durumu da karşımıza çıkmaktadır. Medya egemen ideoloji bilinçli ya da bilinçsiz desteklemektedir. Bunda elbette ki medya sahiplerinin de egemen sınıfta olması durumu önemli paya sahiptir.

Bu noktada sorulacak soru yerel, bölgesel ve ulusal radyo istasyonlarının sahiplerinin hep birlikte eğlence içerikli ve popüler müzik ağırlık bir yayın kararına nasıl vardıklarıdır. Yani belli bir dönem geldiğinde popüler kültür ürünlerinin müzik ve eğlencenin istasyonlarda hâkimiyet kazanması durumu anlaşılmalı bir durum mudur? Aynı anda aynı davranışı ve aynı yayın anlayışını kabullenen kanalları güdüleyen şey nedir? Önceki bölümde de medya ve ideoloji ilişkisini incelerken bu

konudaki yaklaşımlar dile getirilmiştir. Bu bağlamda yapısal sürecin içinde üreticiler veya bireylerin aynı davranışı birbirlerinden haberdar veya habersiz yapmaları yapıyla alakalıdır.

Yapısalcı antropolojik yaklaşımın temellerini oluşturan Levi-Strauss çalışmalarında “Arkaik toplumların hepsinde aynı evrensel düşünce biçiminin egemen olduğu görüşünü geliştirmiştir” demektedir. Ona göre, bir kültürün düşünsel sınırları belli bir toplumun anahtarıdır (Yaylagül: 2008, 107). Haberleşmenin olmadığı birbirinden habersiz toplumların aynı davranışları sergilediği ve tarihleri aynı olmasa bile toplumsal ilişkiler süreçlerinin aynı dönemlerinde aynı yapılanmalara sahip olduğu gibi radyo istasyonları da benzer şekilde hareket ederek ki birbirlerinin tutumlarını takip edebilecekleri bir ortamda aynı yayın anlayışını tercih etmişlerdir. Buna bir örnekte yine Levi-Strauss’un akrabalık ilişkilerinin ilkel toplumlarda nasıl açıkladığı ve dolayısıyla mal mesaj ve kadınların nasıl mübadele edildikleri ile ilgili olan açıklaması da verilebilir.

Alt yapının üst yapıyı belirlediği tezinden hareketle medyada ki içeriğin üretim ilişkileriyle alakalı olduğu ve bu doğrultuda da medyadaki sermaye sahiplerinin aynı davranışı sergilediklerini söylenebilir. Bir diğer durumda büyük medya gruplarının elinde olan radyo istasyonlarının belirleyici özellikleridir. Bu radyo istasyonları diğer küçük ulusal veya yerel radyoların hem yarış içinde oldukları hem de bu yarıştan dolayı örnek alındıkları belirleyici bir pozisyona sahiptirler. Bu durum hiper marketlerle yarış içinde olan ve hayatta kalmaya çalışan mahalle aralarındaki süper marketlerin hiper marketleri görsel veya teknolojik olarak taklit etmesi durumuna çok benzemektedir. Bu noktada üretim ilişkilerindeki değişimin ve yeniden üretimin ilk olarak büyük sermaye sahipleri tarafından gerçekleştirildikten sonra tabana yayıldığını belirtmek gereklidir. Ancak tabandaki etkisi daha kuvvetlidir. Büyük radyolar haberdan tamamen vazgeçmezken orta ölçekli veya küçük radyolar tamamen vazgeçmek durumunda kalmışlardır. Bu da enformasyon akışını olumsuz yönde etkilemiş ve radyonun bir eğlence kutusuna dönüşmesine neden olmuştur.

Geç kapitalizmde Sistem kendine bağlılığı bireyleri enformasyondan uzak tutarak gerçekleştir ve egemen güçler kitlelere bol bol popüler kültür unsurları ve özellikle eğlence sunar. Ve hali hazırda kendisine sunulandan başka bir şey

istemeyen kitlelerde sunulanı bolca tüketirler. Eğlence ve kapitalizm ilişkisini Adorno şöyle açıklar:

“Eğlence, geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metalarının üretimini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz. Sözde içerik diye sunulan şey, sadece soluk bir ön plandır; zihne kazınanlar, normlaştırılmış işlemlerin kendi kendine devinen ardışıklığıdır. Fabrika ya da bürodaki emek sürecinden kaçabilmek, ancak insanlar kendilerini boş zamanlarında bu emek sürecine göre ayarlarlarsa mümkündür. Tüm eğlence biçimleri bu iflah olmaz hastalığa kapılmıştır. Keyif sonunda can sıkıntısına dönüşüp donuklaşır, çünkü keyif, keyif olarak kalacaksa hiç çaba harcanmamalıdır. Bu yüzden keyif, çağrışımın aşınmış yollarına sıkıca bağlı kalarak ilerler. İzleyici, kendine ait herhangi bir düşünce üretmeye gerek duymamalıdır: ürün, her tepkiyi önceden belirler.” (2008: 69).

Aynı doğrultuda modern çağlarda çalışma hayatının insan üzerindeki etkisi üzerine ise Erick Fromm şu açıklamayı yapar:

“Çalışma hayatının yabancılaşması ve anlamsızlaşması, insanda tam anlamıyla bir tembellik özlemi doğurmuştur. İnsanlar çalışma hayatından nefret etmektedirler, çünkü kendilerini kandırılmış ve kapana kısıtlanmış hissetmektedirler. Böyle olunca da, tıpkı Kodak filminin reklâm sloganındaki gibi davranmaktadırlar: "Siz düğmeye basın, gerisini biz hallederiz!" Bu tembel yaklaşım, piyasanın genişletilmesi için gerekli olan tüketim anlayışı tarafından da desteklenmektedir. Bu da Huxley'in "Brave New World"da (Cesur Yeni Dünya) çarpıcı bir şekilde dile getirdiği gibi, yeni bir prensibin doğmasına neden olmuştur. Herkesin çocukluğundan beri etkilendiği sloganlardan bir tanesi de: "Bugün yaşayabileceğin eğlenceyi yarına bırakma!" şeklindedir. İsteklerimin gerçekleşmesini ertelemesem, bana öğretildiği gibi yalnızca sahip olabileceklerimi istersem, bir sorunum ve bir tasam olmaz, herhangi bir karar vermek zorunda da kalmam. Kendimle asla yalnız kalmam, çünkü daima bir şeylerle meşgulümdür; ya işle ya da eğlenceyle. Daima tüketmeyle ilgili olduğumdan, kendimden emin olma ve kendime güvenme ihtiyacı da hissetmem. Ben, hırslar ve tatminlerden oluşan bir sistemim. Arzularımı gerçekleştirebilmek için çalışmalıyım. Benim bu yöndeki isteklerim de zaten ekonomi çarkı tarafından sürekli olarak canlı tutuluyor ve yönlendiriliyor.” (Fromm, 1996, 18-19).

Gramsci'nin hegemonya kavramı dâhilinde medya analiz edildiği takdirde medyanın işlevinin egemen güçlerin düşünceleri doğrultusunda simgeler yoluyla anlamlar yaratmak ve egemenin değerlerini aktarmak olduğu söylenebilir. Bu nedenden dolayı geçmişinden itibaren egemen güçlere hizmet eden radyo Gramsci'nin hegemonya kavramı çerçevesinde siyasetten uzak egemen gücün ürettiği ve değer yüklediği popüler kültür ürünleriyle sisteme bağlılığı arttıracak bir

yanılsama yaratmaktadır. İçeriğin görünürde siyasaldan uzak olması tam olarak bu yanılgıyı temsil eder.

Medya için yapılan genel eleştirilerden bir tanesi de Elisabeth Noelle-Neuman'ın “suskunluk sarmalı kuramı” içinde hayat bulur. Noelle Neumanın göre “İnsanlar kendi deneyim alanları dışında kalan konularda tümüyle medyaya bağımlı hale gelirler. İnsanlar dahası, sürekli toplumdan dışlanma korkusu taşımaktadırlar. Bu korkuları onları sürekli olarak fikir iklimini gözetim altında tutmalarına, hangi fikirlerin daha popüler olduğunu öğrenmeye çabalamalarına yol açmaktadır. Sonuçta medyada sıklıkla dile getirilen fikirler toplumun yaygın şekilde paylaştığı fikirlermiş gibi algılanıyor. Böylece medyaya egemen olanlar hangi fikirlerin daha geçerli olduğunu belirleme olanağına da kavuşmaktadır.” (Neuman, 1997: 221). Bu doğrultuda radyo istasyonları deneyim alanları dışında kalan durumlar için kendilerine bağımlı olan insanlara artık sadece eğlence sunarak onların fikirlerini ya da genel geçer fikirleri değiştirme hatta manipüle etme gibi bir duruma dahi girmemektedir. Yaptığı şey siyaset veya yurt meseleleriyle ilgili olarak düşünmesi kafa yorması gereken kişilerin tüketiciler değil sadece siyasetçiler olduğu mesajını üstü kapalı vermek ve dünyaya gerçeğin dışında başka bir anlamı popüler kültürle yüklemektir.

Kapitalist sistem kültürleri ve düşünce yapılarını değiştirme ve kendi biçimine ulaştırıp insanları sistemin tam parçası haline getirmek adına önemli bir çaba harcar. Bu çabanın en büyük destekçilerinden bir tanesi de kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları içinde Türkiye’ de radyoların şu anki işlevi popüler kültürün ürünleri ve eğlence üretmektir. Eğlence anlayışının yeniden yapılandırıldığı sistem içindeyse eğlence metalarıyla insanlar aslında tüketime de davet edilmektedir. Her daim tüketmesizin işlemeyen sistemin hiç boş durmaksızın insanları tüketime sevk etmesi şarttır. Bunun içinde eğlence ögesi günümüz toplumunda çok önemli bir işleve sahiptir ve insanlara gerçekler yerine düşler ve kaçışlar sunulmaktadır.

Habermas düşünce işlevinin yerini tüketimin almasıyla ilişkili olarak şöyle der “Mal mübadelesi ve toplumsal emek alanlarına egemen olan piyasa yasaları, bir kamusal topluluk teşkil eden özel şahıslara ayrılmış alanı da istilâ ederse, akıl yürütme faaliyeti tüketim faaliyetine dönüşme eğilimine girer ve kamusal iletişim

bağlamı tek biçimlileştirilmiş münferit iktibas edimlerine bölünür.” (Habermas, 2007, 281).

Bu manada radyo istasyonlarının biçimsel değişikliği sonucu ortaya çıkan yeni yapılanmasının ideolojik işlevi haberle veya haber programlarıyla mevcut sistemin veya iktidarın savunulması veya söylemle güçlendirilmeye çalışmasının ötesine geçmiştir. Radyonun sağladığı iletişimde bu iletişimin içine giren bireylerin az öncede değindiğimiz gibi siyasi konuları düşünmeleri istenmediği gibi sistemin ürünlerini içselleştirerek tüketmeleri amaçlanmaktadır. İrfan Erdoğan durumla bağlantılı olarak kapitalist sistemde eğlence ve buna bağlı dinleme veya boş zaman aktiviteleri için şu tanımlamayı yapar.

“Kapitalist kültür geleneksel kültürün pratiklerini ya kendine mal etmiştir, ya biçim değişikliğine uğratarak kendi kontrolü altına almıştır, ya bir köşeye hapsedilmiş ve etkisiz duruma getirmiştir, ya da tümüyle ortadan kaldırmıştır. Ayrıca, kültürü ticari mala dönüştürmüş, kültür pratiklerini fabrikaya veya eğlence yerleri denen dört duvar arasına sokarak pazar ekonomisinin bir parçası yapmıştır. Eğlence endüstrileri günümüzde multi-milyar dolar güçlü endüstrilerdir. Dinlenme, kapitalizmde yeniden tanımlanarak alışveriş yapma, lokantaya ve ticarileşmiş eğlence, piknik ve turizm faaliyetleri içine çöktürülmüştür. Böylece insanların iş dışı faaliyetleri de sermaye tarafından gasp edilmiştir. Yeme, içme, giyme, eğlenme, dinlenme faaliyetleri kapitalist pazar ideolojisinin kitle kültürü pratikleriyle "para harcama" faaliyetlerine dönüştürülmüştür (Erdoğan, 1997: 208).

Görüldüğü gibi sistemde üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesine ayak uyduran ve değişen radyonun sistemin amacına da ayak uydurduğu aşîkârdır. Eğlence ile radyoda oyalanan topluma tüm ideolojilerden uzaklaşmış gibi görünse bile aslında egemen ideolojinin temel söylemini hemen her gün kendisine ulaşan radyo ile hem de eğlenceli bir şekilde kabul ettirilmektedir. Kabul ettirilen şey toplumun ortak geleceği ile ilgili konular üzerine düşünülmemesi ve var olan sistemin kabulü ve mevcut durumun en iyisi olduğudur. Bunu kabul sürecinden sonra insanların günlük hayatlarında birbiriyle konuştukları konular kültür endüstrisi ürünleri etrafında şekillenmektedir ve buna bağlı eğlence tüketime yönelik bir hal almaktadır.

Althusser’in tanımına göre “Devletin İdeolojik Aygıtları” arasındaki kitle iletişim aygıtlarından biri olan radyo bu rolünü tarih boyunca oynamıştır. Şuan oynadığı rolse televizyonun gölgesinde olmakla beraber hala sistem adına önem

taşımaktadır. Her gün toplum adına onlarca önemli olay olurken radyo istasyonlarının bunlardan insanları haberdar etmemesi veya çok kısıtlı sürelerde etmesi son derece manidardır. Ve bizlere aslında ideolojik işlevinin devam ettiği yolunda önemli sinyaller vermektedir.

Radyoda eğlence unsurlarının tüm içeriği kapsamındaki tek etken elbette radyonun kendi üretim sürecini yeniden üretmesi değildir. Bunun toplumsal veya ideolojik başka nedenleri de söz konusudur. Ölü emekten (insanların yerine makinelerin alması) bahseden Marx bunun sonucu için önceden varsayılan özgürleşme veya daha rahat bir toplum şeklinin gelişmediğini aksine insanların daha edilgen hale geldiklerinden sözeder

“Tekniğin insan varoluşunun her yanına müdahalesini inceleyen Jacques Ellul'un sözleriyle, "büyük şehir hayatı büyük ölçüde katlanılmaz hale gelirken eğlence teknikleri geliştirildi. Şehrin yol açtığı acıyı eğlence yoluyla kabul edilebilir hale getirmek kaçınılmaz oldu; örneğin dev bir sinema endüstrisinin doğuşunu kaçınılmaz kılan bir zorunluluk." ileri kapitalizmde tür aynı kalırsa da anlatı değişir: Fiziksel özgürlüğün, yani artan boş zamanın bedeli ruhsal zombiciliktir. Denir ki, içinde bulundukları umutsuz boşluğu fark etmemelerini sağlamak için kitlelere bir sürü kolay, sahte haz sunulur. Böylece bariz bir biçimde, Frankfurt Okulu'nun bazı üyeleri ve onların izleyicileri dâhil bazı eleştirmenlerin ideolojiyle özdeşleştirdiği o büyük canavarın, kitle kültürünün ağlarına yakalanırsınız (Modlesk, 1998: 197).

Yaşamın gerçeklerinin farklılaştığını veya farklılaştırıldığını, uygarlık tarihinin gelişim sürecinde hep karşımıza çıktığını söyleyen Ward sosyal aldatma teorisini ortaya atmıştır. Ward'a göre, “Bizler hayvanları öldürmek, evcilleştirmek ve yakalamak için hile yaparız. Yine biz insanların kazançlarını çeşitli hile ve aldatmalara başvurarak ele geçiririz. Aslında toplum bu aldatmayı düzenler, ona destek verir. Toplum bu işi yapanı şerefendirir. Kişilere başkalarının mülkiyetini almasının mümkün olduğunu vurgular. Servet yaratma eğiliminin yararlı aynı zamanda çok şiddetli olduğunu söyler. Servet yaratma eğilimi ticaretin ve endüstrinin gelişmesine olumlu yönde katkıda bulunur. Dolayısıyla servet medeniyetin gelişiminde de temel unsurdur. Bu aşamada Ward uygarlığın (civilization) çok yapay bir şey olduğunu söyler. Uygarlık öylesine yapaydır ki. Para (servet) insan isteklerinin her çeşidini satın alabilir” (Aktaran: Kızılçelik, 1992: 157).

Sosyal aldatma ile birlikte ele aldığı servet biriktirme uygarlığında temeldir. Bu konuyla ilintili olarak Ward, “Kapitalizmin yapay eşitsizlik yarattığını, sosyalizmin ise yapay eşitlik yarattığını ileri sürer” demektedir. (Aktaran: Kızılçelik,1992:158). Şimdiki durumda da uygarlığın hilenin ve yanılsama ötesinde maniplatif bir yapı üzerine kurulu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Şu anki popüler kültür unsurları eğlence ve yaygın müzik, toplumların içinde bulundukları durumdan ortaya çıkan bir sahte kaçış ve aldatma sürecidir. Boş vakitlerinde eğlenceye yönelen insanlar yaşadıkları sahte hazla aslında nevrotik bir davranış sergilerler. Ancak bu nevrotik davranış topluma ayak uydurma açısından normal olarak görülür. Erick Fromm nevrotik davranışla günümüz toplumundaki normal ancak burada aslında nevrotik olarak adlandırılan davranış kalıplarını birbirinden şöyle ayırır.

“Birçok ruh hekimi, kendi toplumlarının yapısını öylesine bir gerçek olarak benimsemiştir ki, onlar için iyi uyarlanmamış bir insan, pek değerli olmama damgasını taşır. Öte yandan iyi uyum sağlamış kişinin, insani değerler bakımından daha değerli bir insan olduğu düşünülmüştür. Bu iki normal ve nevrotik kavramı arasında bir ayrım yapacak olursak, şu sonuca varırız: iyi uyum sağlama bakımından normal olan kişi, çoğu kez, insanca değerler açısından nevrotik kişiden daha az sağlıklıdır. Çoğu kez, ancak ondan beklendiğine inandığı kişi olmak için kendi özünü bırakmış olma pahasına iyi uyum sağlar. Olanca doğal bireysellik ve kendiliğindenlik yitirilmiş olabilir. Öte yandan nevrotik kişi, kendi özü için giriştiği mücadelede hepten teslim olmaya hazır olmayan bir insan olarak tanımlanabilir. Kuşkusuz, kendi bireysel özünü üretken bir yoldan dile getirmek yerine, nevrotik belirtiler yoluyla ve bir hayal dünyasına çekilerek kurtuluş aramıştır. Yine de, insanca değerler açısından nevrotik kişi, bireyselliğini hepten yitiren normal insan tipinden daha az sakatlanmıştır” (Fromm, 1999: 134).

İdeolojiler ve ruhsal hastalıklar arasında bağlantı kurulmaktadır. Nevrotik davranış kalıplarına benzetilen tahakküm altına alıcı toplumsal kurumlar, insan yaşamını, zorlayıcı bir norm kümesi içine sıkıştırır. Bu durum bilincin gerçekleri görmesini ya da düşünmesi engeller. Eagleton’nun açıklamasıyla “Aslında kültürel olan, ama doğal güçlere özgü bir acımasızlıkla üzerimize çöken sınırlamalara maruz kalır, varsayımsal güçlere bağımlı hale geliriz. Bu tür kurumların önüne geçtiği tatmin edici içgüdüler, bu durumda, ya Freud’un "bastırma" olarak adlandırdığı fenomende olduğu gibi, yeraltına itilir, ya da gerçek yaşamın dayattığı ve bireylerin katlanmak zorunda olduğu sınırlamaları telafi etmeye ve hafifletmeye yardımcı olan şu ya da bu tür ideal değer sistemleri veya metafizik dünya görüşleri şeklinde

yüceltilir. Dolayısıyla, bu değer sistemleri, olası karşı çıkış imkânlarını aldatıcı kalıplara dökerek toplumsal düzeni meşrulaştırmaya hizmet eder ki. Freudçu ideoloji kuramının özü budur.” (Eagleton, 1996: 189).

Nevrotik bir davranış kalıbı, Freud'a göre sadece temelde yatan bir sorunun ifadesi değil, fiili olarak bunlarla başa çıkmaya çalışmanın bir yoludur. Bu nedenledir ki Freud. Nevrozun herhangi bir çarpıklığa ilişkin bir tür çözümün sezgisi olduğunu söyler. Nevrotik davranış, gerçek çelişkileri, hayali bir tarzda da çözse, onları kuşatmaya, üstesinden gelmeye ve "çözmeye" yarayan bir stratejidir. Davranış, bu çelişkinin yalnızca pasif bir yansıması değil, onunla uğraşmanın kafası bulanık olsa da aktif bir biçimdir ki aynı şey ideoloji için de söylenebilir. İdeolojiler, toplumsal çelişkilerin atıl yan ürünleri değil, onları sınırlama, düzenleme ve hayali olarak çözmede verimli stratejilerdir (Eagleton, 1996: 193).

İdeolojinin nevrotik yansımalarına Habermas ta “nevrozlu bir kimsenin söylemi kamusal iletişimden kopmuş bulunan bir tür özel simgesel üslup iken, ideolojik dilin "patolojisi", tamamen kamusal alana aittir. İdeoloji, Freudun söylemiş olabileceği gibi bir tür günlük yaşam psikopatolojisidir ve çarpıtma olduğunu gizleyip son derece normal bir görüntü verecek kadar yaygınlaşmış bir çarpıtma sistemidir” şeklinde bir açıklama getirmiştir (Aktaran: Eagleton, 1996: 194).

Zizek’e göre “şeyleri (yani toplumsal gerçekliği) "gerçekte oldukları" gibi görmek ideolojinin çarpıtıcı gözlüğünü çıkarıp atma meselesi değildir; asıl olan gerçekliğin kendisini bu ideolojik mistifikasyon denen şey olmadan yeniden üretemeyeceğini görmektir. Maske sadece şeylerin gerçek durumunu saklamamaktadır; ideolojik çarpıtma tam da bu durumun özüne yazılmıştır.” (2002: 43). İşte tam bu noktada radyonun yanıltıcı yeni işlevinin önemi paradoksal olmasından kaynaklanmaktadır.

Bu doğrultuda haber işlevini bir kenara bırakarak eğlenceye yönelen radyonun paradoksal ve nevrotik bir ideolojinin aracı haline geldiği söylenebilir. Aynı üretim ilişkilerinin yapısal değişimi gibi yapıyla birlikte radyonun ideolojik boyutunda da değişmiştir. Bu anlamda dünyanın tamamını etkileyen ekonomik değişiklikler ekseninde toplumsal düşünce yapılarının da değişimi ideolojinin nasıl işleyeceğinin de belirleyici olmaktadır. Öyle ki önceki dönemlerinden farklı olarak kamusal olandan uzaklaşarak ortada hiçbir sorun yokmuş yada varsa da önemli değilmiş imajı

yaratan radyodaki yeni eğlence kimliği ve çarpıtma durumu ideolojinin değişiminde en büyük kanıttır. Haber bültenleri eğlenceye ara verilerek kısıtlı sürelerde aktarıldıktan sonra durmaksızın eğlenceye devam eden radyolarda ideoloji artık kendini nevrotik olarak göstermektedir. Eğlence kişilere dünyayı yaşanması bir yer yanılmasıyla sunarken eğlenceyi kullanan radyolar da egemen ideolojinin çarpıtma veya gizleme görevini üstlenmiştir. Yukarıda da söylediğimiz gibi artık iktidarlar radyoyu mutluluk vaatleri vermek için kullanmanın ötesine geçerek eğlence kültürü ile sanal bir mutluluk ortamı yaratmayı tercih etmişlerdir. Bunun sonucunda eğlence ile tüm sorunlarını bastıran bireyse dört tarafı ideoloji ile çevrilmiş yaşam alanında ideolojik olmadığını düşündüğü radyoda bile eğlence ve kültür endüstrisi ürünleriyle ideolojinin odağıdır.

Radyoda eğlence vasıtasıyla toplumların içinde bulunduğu durumları bastırmaları eğilimi amaçlanmaktadır. Bu aynı zamanda insanların yaşadıkları ve kendilerine çarpık gelen süreçlerin rasyonalize edilmesini de kolaylaştırılacaktır. Sistem kendini bir çok durumda meşrulaştırmaya çalışmak yerine kişilerinin sistemi rasyonalize etmesini tercih etmektedir.

Rasyonalizasyon kavramı ile meşrulaştırma kavramı arasında yakın bir ilişki olduğunu söyleyen Eagleton' a göre "Meşrulaştırma, bir egemen gücün, kendi tebasının kendi otoritesini en azından zımnen onaylamasını sağlama sürecine karşılık gelir ve "rasyonalizasyon" gibi meşrulaştırma da pejoratif bir ima, aslında nahoş olan çıkarları sayım kılma gereksinimini açığa vuran bir şeyler içerebilir. Fakat bu gereksinim her zaman aynı değildir: Meşrulaştırma sadece bir kimsenin kendi çıkarlarını ötekilerin gözünde büyük ölçüde kabul edilebilir hale getirmesi anlamına gelebilir, yoksa bunlara sahte bir yasallık kazandırma anlamına değil." (1996: 88).

Eagleton Rasyonalizasyonun tanımını "Öznenin, gerçek güdülerini algılanmayan tavırlar, fikirler, duygular ve benzerlerine, ya mantıksal olarak tutarlı, ya da etik yönden kabul edilebilir bir açıklama getirme girişimi sırasında izlendiği prosedür şeklinde tanımlanan psikanalitik bir kategoridir" olarak yapar (1996:84).

Psikanalitik kurama göre rasyonalize etme edimindeki gerçek güdü özne den zorunlu olarak gizlenir çünkü özne gerçek güdünün yerine başka bir gerçeklik koyarak içinde bulunduğu durumu akla uygun hale getirir.

Rasyonalize etmek için özneler doğuşundan itibaren din, , devlet ve aile gibi kurumların sağladığı fikirler ve kitle iletişim araçlarında sunulan enformasyonları kullanır. Ancak bu her zaman için geçerli olmaz. Topluma sunulan bilgi herhangi bir durumunun rasyonalize edilmesini sağlayabilir de veya tam tersi durum da ortaya çıkabilir. Yeni veya rasyonalize etmeyi olumsuz yönde etkileyecek bir takım düşünceler veya olaylar bireylere aktarılırsa belki hemen değil ancak toplumsal süreçlerde meydana gelecek bir takım durumlar ki ekonomik temelli toplumsal buhranlar bir örnek olabilir, sonrası egemen ideoloji temelden sarsılabilir.

Terry Eagleton egemen ideolojinin kendini korumak adına nasıl hareket ettiğini şöyle dile getirmiştir. “Egemen bir ideoloji, alternatif fikirlerle mücadele etmekten çok onları düşünülebilir olanın sınırlarının ötesine sürer. İdeolojiler mevcuttur, çünkü haklarında konuşmak şöyle dursun, ne pahasına olursa olsun düşünülmemesi gereken şeyler vardır; ancak bu durumda, bu tür düşüncelerin var olduğunu nasıl olup da fark edebildiğimiz gibi bariz bir mantıksal zorluk ortaya çıkar. Belki de tamamen, düşünmemiz gereken, ama ne olduklarına ilişkin hiçbir fikre sahip olmadığımız bir şeylerin var olduğunu sadece hissediyoruzdur.” (Eagleton, 1996: 94).

Oskay’a göre “İdeolojik hegemonya, toplumdaki siyasal ve ekonomik iktidar yapısının gündelik yaşamda şiddete ve zor kullanımına her an başvurma zorunluluğuna sürüklenmeden etkinlikle işlemesine, işlevlerini yerine getirmesine yarayan bir kültürel yapının kurulmasını amaçlar (2001: 1). Yani toplumun zor kullanmadan idare edilebilmesi için kültürel yaşamda çeşitli düzenlemeler yapmak gerekmektedir.

Egemen ideoloji son dönemde düşünceler üzerinde baskı kurmak yerine bu düşüncelere ulaşamayan bir zemin hazırlamak adına tarihi bir çalışma yürütmektedir. Bunun için oluşturmaya çalışılan politikadan uzaklaşmış bir toplum, egemen ideolojilerin sağlam adımlarla devamlığını sağlayacaktır. Siyasi konulardan uzaklaşan bireyler toplumsal gerçekliklerini algılamada zorlandıkları gibi yaşadıkları sosyal ortamın çarpıklıklarını da akla daha uygun hale getirmek konusunda başarı sağlarlar. Bireylerin sistemi rasyonalize etmesi bu durumda sistemin kendini meşrulaştırma çalışmasından çok daha etkili olacaktır.

Politik içerikten eskiye nazaran fazlasıyla uzaklaşan radyo yayınları egemen ideolojinin ürünlerini meşrulaştırma çabasını bir yana bırakarak bireyin veya

toplumun gerçekliği rasyonalize etmesine yardım eden araçlardan biri olur. Radyo haberlerinde başlıklar halinde sunulan politika haberlerinde artık meşrulaştırma gibi ideolojik bir amacın yeri neredeyse kalmamıştır ki artık özellikle birçok kanalın haber bültenlerinin olmadığı bir ortamda ise radyonun ideolojik işlevinin sistemin rasyonalize edilmesine katkı sağlamaya kaydığı söylenebilir. Bunun için politik içeriğin yerini popüler kültür veya Frankfurt Okulu düşünürlerinin ifadesiyle kültür endüstrisi ürünleri olan eğlence unsurları ve özellikle müzik alır.

Amaçlı veya yapının sonucu olarak toplumlar bir şekilde zihinsel anlamda kontrol edilmeye çalışılmaktadır. Bu gün bu durum artık egemen ideolojiler için geçmişe nazaran daha karmaşık da olsa kitle iletişim araçları sayesinde daha kolay bir hal almıştır.

Oskay zihinsel etki ile ilgili olarak şunu aktarır:“Veblenin açıklamasında barbarlıktan beri önem taşıyan bir diğer kavram da egemen sınıfın ya da “aylak sınıfının” toplumlardaki üst konumunu sürdürmesini sağlayan alt sınıflar üzerindeki zihinsel etkisidir.” (2000: 265).

Rasyonalize etmeyle ilgili bu durum benzer bir şekilde yanlış-bilinçle ilk kez Engels açıklamıştır. “Engels 1893 yılında Franz Mehringe yazdığı bir mektupta ideolojiden yanlış bilinç süreci olarak bahseder çünkü faali harekete geçiren somut güdüler kendisine yabancı kalır. Aksi takdirde burada bir ideolojik süreç olmazdı. Bundan dolayı da kendine yanlış veya görünüşte kalan güdüler yakıştırır.” (Eagleton, 1996: 85).

Habermas’ a göre yanlış bilinç “Bunları gündelik yaşamın kurgulanmış ve ussallık dışı toplumsal koşulları nedeniyle çağdaş insanın kendi dış- gerçekliklerini algılayamamaları; modern toplumlarda yanlış- bilincin gündelik yaşamın zorunlu bir ögesi durumuna gelmiş bulunması, egemen konumdaki insanlar ile, bağımlı konumdaki insanlar arasındaki egemen bağımlı ilişkisinin gündelik yaşamın ussallık-dışılığı yüzünden algılanamaması; şeyleşmenin yaşamın tüm alanını istila etmiş bulunması şeklinde ifade edebiliriz.” (Aktaran: Oskay, 2000: 264).

Yanlış bilincin oluşmasında günümüzde tartışmasız en önemli unsur kitle iletişim araçlarıdır. Kişilere yaşadıkları toplumun üretim ilişkilerinin ve bu ilişkiler içinde nerde olduklarının yerine onlara yukarıda da söylediğimiz gibi düşler

sunulmaktadır. Bu sistemin içinde toplumsal ve siyasal gündemden uzaklaşmış radyo ise düş üretiminde son derece başarılı olmuştur.

Oskay genel anlamda medyanın düş üretimiyle ilgili olarak “Günümüz toplumlarında, insanın dış gerçekliği ile kurduğu anlamlandırma ilişkilerinden biri olan «düş görme» ye fantazyalara gereksinme duyma alanında da, insan ile dış gerçekliği arasına İletişim Endüstrisi (ya da, daha çarpıcı bir terimle, Bilinç Endüstrisi) girmiş bulunmaktadır. Yeni-olanın karşısında duyulan ürküntü, endişe ve merak, yaşadığımız dönemde, eski günlerdeki gibi masal ya da öykü anlatıcıların anlattıkları masallar ve öykülerle değil, bu Bilinç Endüstrisinin «ürettiği» endüstriyel birer «mamul» olan fantazyalarla karşılanmaktadır” (1999: 7)demektedir.

Dünya tarihinin en önemli propaganda aracı olarak radyonun yapısal dönüşüm sürecinde propaganda işlevini de bir yana bıraktığını düşünmek yanlış olacaktır. Jowett ve O’Donnel “Propaganda and Persuasion” isimli eserde uluslar arası propagandanın doğu Avrupa’da komünizmin çökmesinden bu yana dünyadaki çarpıcı değişikliklerle radyo yayıncılığı da etkilediğini dile getirirler. Halen direk propaganda yapan uluslar arası radyo istasyonlarının olduğu gerçeğinin ötesinde son yıllarda birçok ticari radyo geniş dinleyici kitlelerine seslenmekte ve bu kitleleri ticari popüler programlarla etkilemektedir. Bu programlar popüler müzik ağırlıklıdır. Bu istasyonlar popüler kültürün aktarımını ustaca yerine getirirler (1999: 135-136).

Uluslar arası radyo yayıncılığında popüler kültürün bir propaganda aracı olarak kullanılmasına ise VOA (Voice Of Amerika) isimli radyo ile örnek verilebilir. Bu radyo istasyonu popüler müzik yayınına özellikle eski Sovyet Blok’u ülkelerine ve dünyanın dört bir yanına yapar ve Jowett ve O’Donnel’e göre yeni propaganda aracı olarak radyo popüler müzikle işlevine devam eder (1999: 136).

Görüldüğü gibi popüler kültür unsurları propaganda amaçlı olarak kurulmuş kimi uluslar arası radyo istasyonlarında ideolojik bir görev üstlenmiştir ve bu durumun bilinçli bir şekilde işlediği de aşîkârdır. O halde popüler kültür ürünlerinin ideolojik yönlerini ispatlayan diğer bir örnek olarak da uluslar arası yayıncılık yapan ve propaganda amaçlı kurulduğu bilinen VOA ve diğer ticari radyoların son dönemde popüler müziğe yönelmesi gösterilebilir.

Tüm bu verilerin ışığında radyo basit bir eğlence aracına dönüşmemiştir. Halen ciddi bir propaganda aracıdır ve egemen ideolojinin yörüngesinde hareket

etmektedir. Değişen radyonun kendisi değil, toplumsal üretim ilişkileri ve paralelinde kültür ile buna bağlı anlamlar dünyasıdır. Tam bu noktada ideolojinin işleyişi de geçmiş yıllardan farklı olarak yapıya uyum sağlamış ve radyodaki ideolojik boyut da biçim değiştirmiştir.

Anlatılmaya çalışılan şey kaba hatlarıyla yenedünyada toplumların yapıya uygun olarak değişiklikler gösterdiği ve üretimin yeniden üretimi sonucunda topluma hizmet ettiği iddia edilen medyanın da değişen toplumun yönlendirilmesinde parçalardan biri olduğudur. Tek başına radyonun bu yenedünyanın değiştiricisi olduğu değil değişen üretim ilişkilerinin ve bunun sonucunda toplumların algı biçimlerinde bir paya sahip olduğu ve ideolojilerin hala bir parçası olarak üstlendiği görevi yerine getirdiği anlatılmıştır.

Bu sorunsal içinde ele alınması gereken diğer bir konu ise radyonun gündem belirlemede kamusal alanda ki söylem içinde ne gibi etkiler yarattığıdır.

2.2.4. Gündem Belirleme Aracı Olan Radyonun “Yeni” Gündemi

2.2.4.1. Gündem

Dearing ve Rogers’a göre gündem “Zamanın belirli bir noktasında, önem sırasına göre dizilmiş olaylar ve konular listesi olarak tanımlanmaktadır. Gündemlerin, dinamik karşılıklı etkileşimlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı, farklı sorunların zamanla önem kazandıkça ve önemini kaybettikçe, gündemlerin bu akışkanlığın görüntülerini sundukları belirtilmektedir (Aktaran: Terkan, 2005: 43).

2.2.4.2. Medya Gündemi

Medya gündemi ise Dearing ve Rogers a göre “en açık şekilde belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunlar listesi olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Terkan, 2005: 61).

2.2.4.3. Kamu Gündemi

Kamu gündemi zamanının her hangi bir kısmında kamuoyunun konulara yönelik öncelik sıralamasıdır (Yüksel, 2001: 95). Kamu gündemi ile ilgili olarak Terkan ise şu açıklamayı yapmaktadır.

Gündem belirleme araştırmalarında, medya ve kamu gündemi arasındaki ilişki pek çok açıdan ele alınmaya çalışılmakta ve bu konu gündem belirleme çalışmalarının odak noktasını oluşturmaktadır. Kamu gündemi; medyanın bir takım konulara dikkat çekmesi ve bireylerin de hangi konuların önemli olduğunu medyadan öğrenerek, gündemlerini bu şekilde belirledikleri tezine dayanmaktadır. Lippmann' ın; kafamızdaki resimler tanımlamasında, Cohen'in; medyanın bireylere ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemedeki etkisini vurgulamasında, ilk sistematik gündem belirleme çalışması olan McCombs ve Shaw'ın; Chapel Hill araştırmalarında da, bu iki gündem arasındaki ilişki çeşitli açılardan vurgulanmak istenmiştir”(Aktaran: Terkan, 2005: 90).

Kamu gündeminin oluşumuyla ilgi araştırmaların ortaya koyduğu sonuçlara dayanarak medya gündeminin kamu gündemini biçimlendirdiği düşünülmektedir. Yüksel'e göre “Siyasiler de birer kamuoyu üyesidirler ve aynı zamanda kamuya hizmet için karar mekanizmalarında bulunmaktadırlar. O halde kamuoyu ve medya iletilerine ciddi bir biçimde bağımlıdır.” (2001: 27).

Günlük hayatta kişilerin ne konuşacaklarının ve nasıl düşüneceklerinin medya tarafından belirlendiği düşüncesi ile ilgili olarak Yaşın “Gündem belirleme yaklaşımına göre, insanlar ne hakkında düşüneceklerini ve konuşacaklarını medya aracılığıyla gelen mesajlardan öğrenmekte ve böylece oluşan gündemler siyasal gündemi şu ya da bu şekilde etkilemektedir. Bu da "medyanın siyaset üzerindeki gücüdür”(2008: 1).

Bir çok kişi için medyanın politika ve diğer gelişmelerle tek bağlantı noktası olduğunu söyleyen McCombs ve Shaw göre “Vaatler, sözler, haberlerdeki bilgiler, köşeler ve editörler oy verme kararındaki bilgilerin çoğunu oluştururlar”(2008: 128).

2.2.4.4. Radyonun Yeni Gündemi

Geçmiş yıllarda kamu gündemini belirleyen en önemli araçlardan biri olan radyo toplumların üzerinde düşünmesini istedikleri konuları sıralamaya koymaktaydı. Radyonun gündeminde de şuan siyasi olarak veya kamuya ait düşünülmesi gereken, radyo dinleyicisine sunulan olaylar ve sorunlar listesi geçmişe nazaran ciddi şekilde azalmış radyonun bir eğlence makinesi haline dönüşmesiyle kültür endüstrisinin ürünleri radyonun gündeminde bir numaraya oturmuştur.

Toplumların siyasi gündeme ve gelişmelere aynı zamanda bu konularla ilgili bilgiye ulaşmaları önemli bir gereksinimdir. Noan Chomsky'e göre “Günümüz siyasetinde medyanın rolü bizi, nasıl bir dünyada, nasıl bir toplumda yaşamayı

arzuladığımızı ve özellikle de bunun ne tür bir demokrasi anlayışına uygun demokratik bir toplum olmasını istediğimizi sorgulamaya iter” (Chomsky, 2005: 1).

Demokratik toplumlarda medyanın siyasi işlevleri üzerine çalışmalar yapan Chomsky demokrasinin de tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için medya ve medya içeriklerinin nasıl şekillenmesi gerektiğini anlatırken günümüzde ki durumlar ilgili olarak şöyle söyler:

“İki farklı demokrasi anlayışının karşıtlıklarını göstererek başlamak istiyorum. Bu demokrasi anlayışlarından birine göre, demokratik toplum, halkın kendisini ilgilendiren konuların yönetiminde gerçek anlamda söz hakkına sahip olduğu bir bütündür; bu toplumda bilgi edinme yolları serbest ve açıktır. Sözlüğü açıp demokrasinin anlamına bakarsanız bunun gibi bir tanımla karşılaşsınız. Bunun alternatifi olan demokrasi anlayışına göre de halk, yönetimden tamamen men edilmiştir; bilgi sıkı sıkıya ve kati suretle kontrol altında tutulur.” (Chomsky, 2005: 1)

Buna paralel olarak radyonun haber verme işlevinin gerekliliği ile ilgili olarak da Aysel Azize göre “Çağımızda toplumların haber alma hakları en doğal haklarından sayılmakta ve özellikle demokratik ülkelerde bu haklar yasa kapsamlarına alınarak korunmaktadır. Radyo örgütlerinin haber işlevlerinin kalkınmakta olan ve gelişmemiş ülkelerdeki önemi diğer kitle iletişim araçlarına göre çok daha fazladır.” (Aziz, 1985: 28). Azizin söylediklerine ilave olarak düşünülmesi gereken nokta okuma alışkanlıkları olmalıdır. Özellikle okuma alışkanlığının düşük olduğu yerlerde geçmişte radyo en önemli haber alma kaynağıken hala günümüzde bu alışkanlıkla ilgili çok büyük bir değişiklik olmaması nedeniyle de bu konudaki önemini korumaktadır.

Tek yönlü akıştan söz eden ve yönetici sınıfları tüm toplumu ilgilendiren bir takım konuları daha gizli yapabilmek adına enformasyon akışını kontrol altında tuttuklarını ve kamunun siyasallaşmasını engellediklerini ifade eden Habermas, “Kitle İletişimi Araçlarının yayınladığı eğlendirici ve oyalayıcı programların tüketicisi olmaya indirgenmiş; siyasal alanda edilgin bir kamuya dönüşmüştür. İdeolojik konsensus, Habermas'a göre. İşte bu çarpıklaştırılmış iletişim içinde oluşturulmakta; bugünkü toplumlarda yöneten kesimler ile yönetilen kesimler arasındaki işlevsel ve kurumsal farklılaşmalar gelişkin ve yeni bir teknolojinin gereklerine ve olanaklarına uyarak sürdürülmekte olduğu için, gerçekte, bugünkü

toplumlarda çift yönde akışlı gerçek bir toplumsal iletişim bulunmamaktadır. Karar alma süreci demokratik bir süreç olmaktan çıkmış bulunmaktadır (Aktaran: Ozkay, 2000: 263).

Habermas 18. yüzyıl toplumunda siyasi, devlete yönelik veya kamuyla ilgili konuların konuşulduğu bir alan olarak burjuva kamusal alanından* bahseder. Edebi kamunun siyasi kamuya temasıyla gerçekleşen bu alanın egemen gücün kontrolünün dışında eleştirel bir alandır.

Çeşitli sosyal ortamlarda oluşan bu alan için Habermas sosyal statü farkına bakılmaksızın kamunun kapsayıcı hale geldiğini söyler. Burjuva kamusu ile şuan ki durumun farklarını ve nedenlerini ortaya koyan Habermas'a göre siyasi bilgi ve düşünebilirlik kitle iletişim araçları vasıtasıyla halkların elinden alınmıştır. Buna binaen Habermas şunları aktarır:

Kültürel akıl üreten kamusal topluluktan kültür tüketen kamusal topluluğa giden yolda, bir vakitler edebî kamu olarak siyasal kamudan ayırt edilebilen şey, özgül karakterini yitirdi. Zira kitle iletişim araçlarıyla yayılan "kültür" bir entegrasyon kültürüdür: sadece bilgi ile akıl yürütmeyi, yayıncılık biçimleri ile psikolojik edebiyatın biçimlerini "human interest'çe" belirlenen bir eğlenceye ve yaşam yardımına entegre etmekle kalmaz; aynı zamanda reklamcılığın unsurlarını asimile edecek kadar, hatta bir tür süper slogan işlevi görece kadar da esnektir. Kamu oyu, reklamın işlevlerini devralır. Siyasal ve ekonomik tesirler için aracı olarak kullanılabildiği nispette bütünüyle gayri siyasal olur ve görünüşe göre özelleşir. (Habermas, 2007: 301).

Siyasaldan uzaklaşan toplum için kamusal alan dışında kalan özel alana kadar giren kitle iletişim araçları, içleri boşaltılmış kültür endüstrisi ürünlerini sürekli bu alanda kişilerin önlerine getirerek bireylerin dünya algıları ve toplumun kültürel

* "Hükümetçe tanzim edilen kamunun, akıl yürüten özel şahısların oluşturduğu kamusal topluluk tarafından temellük edilerek kamusal erke karşı bir eleştiri alanı olarak inşa edildiği süreç, zaten kamusal topluluğa özgü kurumlaşmalarla ve tartışma platformlarıyla donatılmış bulunan edebî kamunun işlevsel değişimi olarak gerçekleşir. Bunlar aracılığıyla, halka dönük özel alana ilişkin deneyim insicamı siyasal kamuya da nüfuz eder. Ticaret iktisadının özelleştirilmiş alanının çıkarlarının temsili, küçük aile mahremiyetinin toprağında yeşermiş olan fikirler yardımıyla tefsir edilir: İnsaniyetin hakiki mekânı burasıdır, Eski Yunan öncülündeki gibi bizatihi kamu değil. Nasıl düzenleneceği ile ilgili olarak kamuoyunun kamusal erke çektiği bir toplumsal alanın oluşumuyla; modern kamu izleği, antik kamuyla kıyaslandığında, beraber hareket eden vatandaşların aslen siyasal nitelikli olan ödevlerinden (içerde adalet dağıtmak, dışarıya karşı kendini savunmak), kamusal olarak akıl yürüten toplumun daha ziyade sivil nitelikli ödevlerine (mal dolaşımının emniyete alınması) kaymıştır. Burjuva kamusunun siyasal ödevi, sivil toplumun düzenlenmesidir. Mahremleştirilmiş özel alanın deneyimini arkasına almış olarak, yerleşik monarşik otoriteye kafa tutar; bu anlamda başlangıçtan itibaren aynı anda hem özel hem de polemiksel karakteri haizdir. (Habermas, 2007: 127)

hedefleri ile ilgili yeni rotalar belirlemektedir. Bu rotalar eski Yunanda Kamusunda * olduğu gibi sistemle ve iktidarla uyumlu olmakla beraber kitle iletişim araçlarının etkisiyle çok daha fazla manüplatifdir. Bu manada önceden kültür üreten akıllar şimdi kültür tüketen ve kültür tüketimini kutsayan akıllara dönüşmektedir.

Kamusalın Yapısal Dönüşümü İsimli Eserinde Habermas özel alanın işgaline dair şunları söylemektedir:

“Burjuva ideal tipolojisi, kamusal toplulukla ilişkili öznenin iyi temellendirilmiş mahremiyet alanından bir edebî kamunun doğumunu öngörmüştü. Oysa bugün bu alan böyle olmak yerine, kitle iletişim araçlarının tüketim kültürüne dayalı kamusalılığı üzerinden çekirdek ailenin iç dünyasına sızan toplumsal güçlerin akınlarını başlattığı gediğe dönüşüyor. Özel olmaktan çıkartılan mahremiyet alanı alenileştirilerek içi boşaltılıyor; edebîlikten uzaklaştırılmış bir sözde-kamusalılık, bir tür üst-ailenin samimiyet sahası olacak şekilde daraltılıyor.” (Habermas, 2007: 282-283)

Habermasın da belirttiği gibi kitle iletişim araçlarıyla beraber adeta toplumsal akıl, üretken ve eleştirel olmaktan çıktığı gibi tüketen bir hal almıştır. Radyo da toplumsal yapı içinde hem bu ortamın belirleyici unsurlarından biri hem de bu yapıdan etkilenen olarak burjuva kamusalında olan ve kamunun denetimsiz iktidar ve sistem eleştirilerinin önünün kapandığı yapı içinde kişilerin üzerlerinde düşünmesi gereken siyasal veya toplumsal olan her şeyden uzaklaşarak eğlence ağırlıklı bir gündemle yayınlarına devam etmektedir. Yukarıdaki satırlarda Habermasın Yunan kamusuyla ilgili olarak yaptığı tanım doğrultusunda, eskiden spor müsabakalarıyla bir araya getirilen ancak mevcut sistemle uyum içinde olan ve hiçbir şekilde kamusal anlamda iktidarlara eleştiride bulunmayan toplumlar gibi şuan ki toplumda burjuva kamusalından farklı ve kitle iletişim araçlarının yarattığı yeni kamusal alanda yaşamaktadır.

Radyodan kişiler dinledikleri popüler kültür ürünleri doğrultusunda anlamlar üretirken bu anlamlar yunan kamusalındaki gibi sistemle uyumlu ve eleştirel olmaktan uzak oldukları gibi eğlencenin büyüğü içinde yaşamın gerçeklerinden uzak ve ideolojiktir.

* Yunan kamu modeli her iki karakter hattından da yoksundur: zira aile reisinin, vatandaş olarak taşıdığı siyasal statünün de bağlı olduğu özel statüsü, içselliğin aracılık ettiği herhangi bir özgürlük parıltısı taşımayan bir egemenliğe dayanır. Vatandaşlar birbirleriyle sadece spor müsabakalarında ciddi bir mücadele içindedirler; bu müsabakalar dış düşmanla mücadelenin temsildir, yoksa kesinlikle kendi hükümetleriyle ihtilâfın değil.” (Habermas, 2007: 128).

Bu doğrultuda radyonun gündeminde yer alan her şey ideolojiktir ve kapitalizmin kendini sürekli yapılandırma çalışması içinde sadece ekonomik temelli yani sadece kar amacı güderek bir değişim yaşamamış, kar amacı gütmekle beraber bir takım ideolojik ödevleri de yapıyla uyumu sayesinde üstlenmiştir. Bu ödev siyasi gündemden uzaklaşarak radyodaki gündemin eğlence üzerine kurulu popüler kültür temelli unsurlarla şekillenmesi olmuştur. İnsanların bu yüzyılın başında ne konuşacaklarına karar verenlerle şu ankiler farklı değildir. Ve bu doğrultuda medya kamusalında radyonun görevi kitlelerin endüstriyel ürünler olan popüler kültürün tüketimine yöneltmek ve bu doğrultuda oluşacak kamusal alanda bunlar hakkında kişilerin fikir paylaşımını sağlamaktır. Fikir paylaşımı için yeni bir durum tanımı radyo tarafından yapılır.

Stuart Hall'ın ifadesiyle medyaya ideolojik gücünü veren şey durum tanımı yapma yeteneğidir.(Shoemaker ve Reese,1997:103). İşte tam bu noktada radyonun yaptığı durum tanımı yukarıda belirttiğimiz üzere siyasal olmayan yaşam doğrultusundadır. İçeriğin siyasetten arınmasıyla beraber radyo yaptığı durum tanımlamasıyla ideolojikleşir. Ve kişilere yaptığı tanımlamayla onların anlam dünyasının şekillenmesine yardımcı olmaktadır.

İdeolojilerin pratik işlevlerinin medya Sholle göre şekillenmesi meşrulaştırma, çökeltme, şeyleşme, uyarılma, yatıştırma, depolitizasyon (Sholle, 2005) gibi şekiller almaktadır.

Pratik sorunların kamusal tartışmadan dışlanması olarak tanımlanan depolitizasyon (Sholle,2005:283) süreci söylemin siyasal olandan uzaklaşmasıyla gelişir. Tam bu noktada radyonun ideolojik oluşunun şuan ki içeriğiyle ilintili olarak depolitizasyon tanımını karşıladığını da eklemek gereklidir. Radyo gündemi siyasi gündemden uzaktır ve eğlence içeriklidir. Söylem siyasaldan uzaktır.

Elbette ki tüm bunları söylerken kişilere ulaşan tek kitle iletişim aracının radyo olduğunu düşünmek ve depolitize edilmeye çalışılan toplumu radyonun tek başına etkilediğini söylemek yanlış bir tutum olacaktır. Bunun yerine depolitize edilmeye çalışan kitleye ulaşan radyonun bu amacın ve sistemin bir parçası olduğunu ve üzerine düşen görevin ne olduğunu belirttiğimizi dile getirmek gereklidir.

2.2.4.5. İletişimsel Eylem, Medya Kamusu Ve Radyo

Eleştirel yaklaşım içinde İletişimsel Eylem Kuramı ve Kamusal Alan ile ilgili yorumlarıyla fazlasıyla eleştirilen Habermas'ın düşüncelerini bu bölümde “Yeni Radyonun” medyanın kamu üzerindeki etkisi doğrultusunda ne gibi bir sosyal etki yarattığını anlatmak adına kullanılmıştır. Habermas ile ilgili tüm eleştirilerin doğruluğu kabul görse bile kişilerin günlük hayatlarında birbirleriyle girmiş oldukları diyalogların medya tarafından şekillendirildiği iddiası ve Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı ile ne anlatmaya çalıştığına ve kitle iletişim ve dezenforme olmuş haliyle iletişimsel eylemin sonuçlarına değinmek istenmiştir.

Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramı eleştirel yaklaşım içinde liberal bir tavır içinde ele alındığı için eleştirilirken kuram, bazı araştırmacılar tarafından da ütöpik olarak bulunur. Yine burjuva kamusu ve kamusal alanla ilgili söylemlerinde de sorunlar söz konusudur. Sınıf farklılıklarının burjuva kamusunda olmadığı iddiası gibi kadınların bu alanda yer alamamalarını görmezden gelişi eleştiri konularıdır. Aynı zamanda burjuva kamusu örgütsel olmayışı konusunda da eleştiri alır. Tüm eleştirilere rağmen Habermasın teorileri ışığında genel olarak ifade edilen medya kamusu değerlendirmeye alınması gereken bir takım sorunları da ortaya koymaktadır. Bunun için medya kamusal alanında radyonun yerini aşağıda belirlemeye çalışılmıştır.

Habermas'a göre, İletişimsel eylem söz eylemleriyle örtüşen değil, onlarla koordine edilen bir etkileşimler tipini anlatır (Habermas, 2001: 129). Habermas, “İletişimsel Eylem Kuramı” başlıklı çalışmasında, toplumsal olarak eylemde bulunan insanların iletişimsel akıl aracılığıyla geleceğe yönelik kolektif planlar yapabileceğini ileri sürer (Yaylagül, 2008: 95).

İletişimsel eylem bir ortaklaşa yorumlama sürecine dayanır, bu süreçte katılanlar sözcelerinde, konusal olarak üç bileşenden yalnızca birini vurgulasalar bile, nesnel, toplumsal öznel dünyalara aynı anda göndermede bulunurlar. Bu sırada konuşucu ve dinleyici, söz konusu üç dünyanın bağlantı dizgesini, içinde eylem durumlarının ortak tanımlarını yaptıkları yorumlama çerçevesi olarak kullanırlar. Bir dünyadaki herhangi bir şeyle doğrudan doğruya bağlantı kurmazlar, tersine sözcelerini, geçerliliğine, bir başka aktör tarafından itiraz edilmesi olasılığına

görelileştirirler. Birbirini anlama iletişime katılanların bir sözcenin geçerliliği hakkında birleşmesi anlamına gelir; karşılıklı bir anlaşmaya ise konuşucunun bu sözce için öne sürdüğü geçerlilik iddiasının öznelar arasında kabul edilmesidir (Habermas, 2001: 552-553).

İletişim teknolojileri kamusalığın oluşmasını olanaklaştırmaktadır, yani yoğunlaşmış iletişim ağlarının da kültürel geleneğe eklenmesini ve son kertede sorumluluk sahibi aktörlerin eylemlerine bağımlı kalmalarını sağlarlar (Habermas, 2001: 619). Yani kamusalık, sermayenin denetimine giren iletişim teknolojilerinin manipölasyonu doğrultusunda oluşur ve toplumsal iletişim hiyerarşik bir yapıya bürünür. Habermas’a göre, kitle iletişim araçları iletişim akışlarının merkezileştirilmiş bir ağ içine tek taraflı, merkezden çevreye ya da yukarıdan aşağıya doğru kanallize ettikleri sürece, sosyal denetimlerin etkinliğini büyük ölçüde artırabilirler (2001: 847). Bu sosyal denetim ise kişilerin egemen ideoloji ekseninde düşünmelerine neden olacağı gibi toplumsal akıl üretmekten çıkarak günümüzde toplumsal tüketime yönelmiştir ve toplumların ortak çıkarları bir kenara bırakılarak egemen çıkarları için bütünleşik bir toplum oluşturulmuştur.

Egemen gücün toplumsal dinamikler üzerindeki etkisi konusunda Habermas baskıcı yöntem ve iletişime dayalı yöntem olmak üzere iki yöntem üzerinde durur. Buna göre Habermas “Para ya da erk gibi yönetim mekanizmalarını yaşama evreni içinde sağlamlaştıran kurumlar, ya yaşama evreninin biçimsel olarak örgütlenmiş eylem alanları üzerinde etkide bulunmasını ya da ters yönde, dizgenin iletişimsel olarak yapılanmış eylem bağlamlarına etkide bulunmasını kanallize ederler. Söz konusu kurumlar, birinci durumda dizgenin varlığının korunmasını yaşama evreninin normatif kısıtlamalarına tabi kılan kurumsal çerçeve işlevi görürler, ikinci durumda ise yaşama evrenini dizgesel maddi üretim zorlamalarına tabi kılan ve böylelikle, dolayımllılaştıran zemin işlevi görürler.” (Habermas, 2001: 619-620). Toplumsal yapılar elbette burjuva hukuku temel kurumu üzerinden, iletişimsel gündelik yaşam pratiğine bağılı kalır (Habermas, 2001: 620). Hukukla desteklenen sistem iletişim yoluyla bireylere nüfuz etmektedir. Bu noktada eleştirel yaklaşımın genel olarak ele aldığı kapitalizm sürekli kendini yenilemesi durumunun açıklanmasına Habermas da son derece ciddi bir katkı sağlamıştır.

Habermas sermayenin yabancılaştırıcı etkisinden kurtulmak için dayanışma ve çarpıtılmamış iletişimin önemine vurgu yapar. Sermaye, dayanışmacı iletişimin rasyonalitesine egemen olur. Kapitalist kitle medyası kamusal alanı yok eder. Pasif izleyiciler yaratır. Bunun yerine aktif iletişimcilerin kişiler arasında ideolojik ve çarpık iletişimden kurtulan açık, doğru ve bilgilendirici bir iletişim kurabilirler (Aktaran: Yaylagül, 2008: 95).

Tomlinson'a göre Habermas'ın Kamusal alanı hem devletten hem de pazardan ayrı bir alan olarak ele alarak devlet kontrolü-serbest pazar ayrımına karşı çıkar. Ona göre Habermas tekelci kapitalist pazarın da müdahaleci devlet anlayışının da demokrasiye yönelik bir tehdit içerdiğini, hem devlet hem de ekonomi alanındaki güç ilişkilerinin iletişim süreçlerini çarpıttığında meydana gelecekleri göstermeye çalışır (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2006: 150).

Önceki bölümlerde de dile getirdiğimiz gibi radyo başlangıçta devlet kontrolünde sonra ise özel şirketlerin kontrolünde hep ideolojik bir araç olmuştur. Başlangıçta iletişimsel eyleme devlet kanalıyla müdahalelerde bulunan radyo sonraki dönemde özel şirketlerin elinde kişilerin toplumsal iletişimlerine müdahil olmuştur. Kamusal alanın oluşumu bu iki biçim arasında kalır ki bu da iletişimsel eylem adına olumsuz bir durumdur. Her iki dönemde birbirlerinden biçimsel olarak farklı olsa da kamusal alanın şekli medya kamusuna dönüştürülerek sistemin çarpıklıkları görülmez hale ve toplumun kendisi ile ilgili konuları da konuşulmaz hale getirilmiştir. Medya etkisiyle oluşan kamusal alanda artık medyanın bizleri yönlendirdiği konular üzerinde yoğunlaşırken sosyal hayatın sorunları bireylerin toplum içindeki rollerinin durumları ve bir takım konuşulması gereken konular bu alanının dışında kalmıştır.

İlk dönemlerinde radyonun halkları fazlasıyla etkilemesi, gelecek yıllar içinde radyonun iktidarlar tarafından sonuna kadar kullanmasına neden olmuştur. Egemen gücün kendi çıkarları toplumsal çıkarlar gibi aktarılmıştır. Fakat sorun şuradadır, o dönemde oluşturmaya çalışılan bilinçle mevcut özellikler fazlasıyla çeliştiğinden dolayı bir şekilde radyonun sağlayacağı etki tersine de dönebilmiştir. Buda bize halkların siyaset içinde düşünüldüğü kadar da edilgen olmadıklarını ve mevcut koşulların ağırlaşan yükleriyle iletişimsel eylemin dezenforme olmuş haline rağmen kimi zaman farklı davranışlara girecek yapıda olduklarını ve sadece kitle iletişim

araçlarıyla yukarıdaki örnekte olduğu gibi böylesi bir etkinin halkın siyasette dâhil olduğu bir medya kamusal alanında gerçekleştirilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Her ne şekilde olursa olsun yaratılan kamusal alanda siyasi konular manipüle edilse bile kimi zaman kontrol dışı etkilere neden olabilmektedir. Bu durum ikinci bölümde sosyal anomi ve popüler kültürün rolünün incelendiği bölümde de değerlendirilmiştir. Anlaşılabileceği üzere mevcut koşullarla radyo aracılığı ile sunulan vaatler veya ütopyalar çeliştiği durumlarda egemen güçlerin mevcut sistemin devamlılığı için başka bir yol bulması gerekmektedir. Bu dönemde medyanın yarattığı kamusal alanla gerçeklerin fazlasıyla çelişmesi medya kamusalının yeni bir şekle girmesine neden olmuştur. Sonuç olarak medya kamusal alanında ikinci dönem olarak adlandırılacak ticarileşmenin başladığı dönemde siyasaldan uzak bir toplum oluşturmak için medya içeriği de değişmeye başlamıştır. Radyo ise bu süreçte eğlence içerikli ve popüler müzik ağırlıklı yayınlarıyla yeni medya kamusal alanında tartışılan ve konuşulan konuların belirleyicilerinden biri oldu. Artık medya kamusalında radyonun tartışmaya açtığı konular tamamen popüler müzik, popüler kişiler ve siyasetten uzak yeni yaşam alanlarıyla ilgilidir. Siyasi konular yerini siyasetten uzak, toplumsal karar aşamalarına müdahil olmayacak bir yapıya bırakırken bunu yapabilmek adına da halka radyodan aktarılan enformasyonun içi boşaltılmıştır.

Buna binaen Habermas İletişimsel Eylem Kuramı ile ilgili olarak

Horkheimer'in ve Adorno'nun tasarımlarından sonra, kitle iletişim araçları üzerinden yönetilen iletişim akışları, bir zamanlar devlet yurttaşlarından ve özel kişilerden oluşan bir kitlenin kamusal tartışmasını ve özetlemesini olanaklılaştırılmış olan iletişim yapılarının yerine geçerler. Yazıdan görüntüye ve sese döndürülmüş elektronik araçlar, yani öncelikle sinema ve radyo, daha sonra televizyon, iletişimsel gündelik yaşam diline tümüyle nüfuz eden ve egemen olan bir aygıt oluştururlar. Bu aygıt bir yanda modern kültürün otantik içeriklerini, var olanı sadece kopyalayan çekirdeksizleştirilmiş ve ideolojik etkili bir kitle kültürü steretipe dönüştürülür diğer yanda tüm yıkıcı ve aşkınlaştırıcı kiplerden arındırılmış bir kültürü, zayıflamış iç davranış denetimlerini kısmen güçlendirip, kısmen ikame eden, kapsayıcı, bireylerin üzerine geçirilmiş bir sosyal denetim dizgesi için kullanır. (Habermas, 2001: 845-846).

İletişimsel eylemin kitle iletişimle yönetici sınıfların, kamunun siyasetten uzak kalması adına kitle iletişim araçlarının nasıl kullanıldığına ilişkin olarak da Habermas, yönetme araçları eylemlerin koordine edilmesini esas olarak dilsel görüş birliği

oluşturmaktan koparırlar ve anlaşma ya da anlaşmazlık seçeneği karşısında tarafsızlaştırırlar demektir. Öte yandan medya ile oluşan yeni kamusal alan için de kitle iletişim araçları için “İletişim süreçlerini uzamsal ve zamansal olarak çaprazlamış bağlamların yerelliğinden kurtarır ve uzamsal ve zamansal açıdan birbirinden çok uzak iletişim içeriklerinin sanal olarak mevcut tutulan bir ağının soyut eşzamanlılığını kurarak ve çoğaltılmış bağlamlar için mesajları el altında bulundurarak, kamusal alanların dogmasını sağlarlar” (Habermas, 2001: 846) demektir.

Habermas’ın iletişimsel eylem kuramında, medyanın dezenformasyonu toplumların gelişimlerini engelleyen bir unsurdur. Bu anlamda kitle iletişim sermayenin veya devletin elinde olduğu süreçte iletişimsel eylem kuramında ön görülen toplumların iletişimsel akıl yoluyla kollektif planlar yapabilmesi durumu daima engellenecektir. Elbette ki radyonun eğlence ve popüler kültür ürünlerine ağırlık veren bir halde olması da iletişimsel eylem adına toplumsal anlamlandırma sürecini olumsuz yönde etkilemektedir ve radyonun ürettiği yeni anlamlar da egemen güçler karşısında toplumsal eleştiri geliştirilmesini de engellemektedir.

Hart’a göre İletişimsel eylemin üç temel işlevi vardır. Bunlar, kültürel bilginin kuşaktan kuşağa aktarılaraq yenilenmesi, sosyal entegrasyon ve grup dayanışması ile kişisel özdeşleşmedir (Aktaran: Yaylagül, 2008: 95).

“Yeni Radyo” iletişimsel eylem sürecinde, “yeni” yayın anlayışıyla beraber kültürel bilginin deforme olmasına; endüstriyel kültür ürünleri veya kültür endüstrisi ürünleri olarak adlandırabilecek olan halkın olmayan kültür unsurlarına bağımlı kalınmasıyla neden olur. Bağlantılı olarak sosyal bütünleşme ve grup dayanışması durumlarına olumsuz etki göstermektedir. İnsanları birbirlerine bağlayan şeylerin ortak çıkarlar olduğu düşünülürse radyo yayınlarının sosyal entegrasyona veya grup dayanışmasına yönelik olarak da yayın içeriğinin boşaltılması ve toplumsal ve siyasal olandan popüler olana kayması ile beraber toplumsal ve siyasal sorunlara karşı insanların duruşları ve bu konular hakkındaki genel kanıları değişmiş ve entegrasyon yada grup dayanışmasını da olumsuz etkilemiştir. Radyonun etki gösterdiği medya kamusal alanında siyaset konuşulması veya toplumsal sorunlardan bahsedilmesi yadırganır bi durum almıştır. Çünkü kişiler medya kamusalında daha

çok kültür endüstrisi ürünleri üzerine enformasyon alırlarken tam tersi siyaset konuşulması, toplumsal sorunlardan söz edilmesi anormal bir davranış gibi algılanmaktadır. Bu toplumun kendine yabancılaşması süreci olarak da adlandırılabilir.

Yabancılaşma kavramını kişilerin var olan gerçeklikten kopması olarak açıklanabilir. Kendi gerçekliklerine emeklerine ve topluma yabancılaşan birey için tek bir boyut kaldığını söyleyen Marcuse'ye göre "Tek boyut, her yerde ve her biçimdedir. Gelişimin başarısı, ideolojik haklılığa olduğu kadar, ideolojik suçlamaya da karşı çıkar. Bu başarılarının yargısı önünde, yine bu başarıların mantığındaki yapay bilinçlenmeye dönüşür" (1968: 40). Ve bu süreçte toplumlar gerçeklikten uzak bir biçimde hayatı anlamlandırır. Tek boyutun içinde sosyal yaşamın gerçekleri yoktur sadece yapay bir gerçeklik söz konusudur.

2.3. Radyo Haberlerinin Özellikleri

Birinci bölümde radyo haber metinleri ile ilgili genel geçer özellikler üzerinde durulmuştur. Bu bölümde ise değişen üretim ilişkileri ve toplumsal yapı paralelinde radyo haberlerinin algılanışı ile ilgili olarak; radyonun teknolojik yapısı, gösterge bilimsel olarak radyo haberlerinin incelenmesi ve haber metinlerinin mevcut durum içinde gerçeklik yaratma olguları işlenmiştir.

2.3.1. Radyo Haberi Ve Eğlence

Radyo teknolojisi gelişmeye ve toplumda yaygınlaşmaya başladığından bu yana gündem belirleme kamu gündemini etkileme konusunda etkin rol oynamıştır. Televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla Türkiye de radyo bu işlevini kaybetmeye ve eğlenceye yönelmeye başlamıştır. Başlangıçta kitlelerin en önemli haber aracı olarak gündem belirleyen radyo şimdilerde siyasi gündemden uzak bir eğlence kutusu rolünü oynamaya başlamıştır.

Her teknolojinin kendi gündemi olduğundan bahseden Neil Postman "Örneğin matbaanın, bir dilsel araç olarak kullanılması yönünde apaçık bir yönelimi vardı. Matbaanın yalnızca resimlerin yeniden basınımda kullanılması akla uygun bir durumdu. Roma Katolik Kilisesi'nin on altıncı yüzyılda matbaanın bu şekilde kullanılmasına karşı çıkmamış olduğunu düşünün. Durum hakikaten böyle olsaydı

Protestan Reformasyonu gerçekleşmeyebilirdi; Luther'in iddia ettiği gibi. Tanrının sözleri her ailenin masasında bulununca Hristiyanlar Papalığın kendine göre bir yorum getirmesine gerek duymazlardı. Matbaa, on beşinci yüzyılın başından itibaren, yazılı dilin sergilenmesi ve toplu biçimde dağıtılması bakımından olağanüstü bir fırsat olarak algılanmaktaydı. Matbaanın teknik olanakları tamamen bu yöne götürüyordu. Dahası, matbaanın bu amaç için icat edilmiş olduğu bile söylenebilir.”(Postman, 2004: 99) demektedir. Matbaayla ilgili söylenenlerle radyo için gerçekleşen durum göz önüne alınırsa radyonun da geçmişte toplumları ciddi şekilde etkilediği ve toplumsal karar alma süreçlerinde kitle iletişimin gücünü anlayan iktidarlar tarafından kullanıldığı söylenebilir.

Matbaanın gelişimiyle bireyselleşmenin ve toplumsal genel fikirlerden bireysel fikirlere yönelen duruma gönderme yapan McLuhan’a göre “Matbaa, bireyciliğin teknolojisidir. Eğer insanlar bu görsel teknolojiyi bir elektrik teknolojisiyle değiştirmeye karar verdilerse bireycilik de değişecektir. Matbaa bütün tarihçilerin de doğruladığı gibi, bireycilik eğilimini şiddetlendirmiştir”(Aktaran: Altay, 2005: 59). Radyoda ve radyonun toplum üzerinde ki etkisinde ise tam tersi bir durum söz konusu olarak geçmişteki dönemde McLuhan’ın kabile toplumu olarak adlandırdığı ve bireyselleşmenin olmadığı dönemlerdekine benzer bir şekilde radyoyla sözlü kültüre geri dönülmüş ve fikirler düşünceler olaylar veya olgular radyoda egemen ideolojilerin istedikleri şekilde aktarılmıştır.

Radyo, söylenmiş sözün elektronik olarak üretilmesi anlamında sözlü kültürün yazılı kültür karşısında yeni bir seçeneğe kavuşması olarak da değerlendirilebilir (Törenli, 2005: 68).

Televizyonun icadı ve yaygınlaşmasını takiben dünyanın gelişmiş ülkelerinde 1950’lerin sonlarına rastlayan süreçte radyo eski etkisini kaybederek en güçlü kitle iletişim aracı pozisyonundan ikinci plandaki yerini almıştır. Radyonun yapısal dönüşümünün ele alındığı bölümde anlatıldığı gibi radyo bu dönemden itibaren farklı bir formata bürünmüştür.

Radyonun şuan ki görev alanı o dönemlerden başlayarak değişmiş ve özellikle televizyonun yaygınlaşmasıyla kitlelerin ilgi odağı olan televizyonun yapısı gereği kitleler televizyonla birlikte eğlenceye yönelir hale gelmiştir. Postman televizyonun eğlence yönüne ilişkin şöyle der.

“Elbette, televizyonun eğlendirici olduğunu söylemek sıradan bir ifadedir. Böyle bir olgunun bir kültürü tehdit edeceğinden söz edilemeyeceği gibi hakkında kitap yazmaya değecek bir saptama da değildir. Hatta buna memnun bile olunabilir. Yinelemeyi sevdiğimiz bir deyişle, yaşam çiçeklerle kaplı bir yol değildir. Şuraya buraya atılmış birkaç çiçeğin görüntüsü yolculuğumuzu bir parça daha fazla çekilir hale getirebilir. Laponlar kuşkusuz böyle düşünüyorlardı. Her gece televizyon izleyen doksan milyon Ama ikalinin da böyle düşündüğü varsayımında bulunabiliriz. Ancak benim burada ileri süreceğim nokta, televizyonun eğlendirici olmasından öte. Eğlenmeyi, her türlü deneyimlerimizin temsilinin doğal çerçevesi haline getirmesidir. Televizyon aygıtımız bizi dünyayla hep yakın ilişkide tutar, ama bunu bize gülümseyen çehremizin hiç değişmediği bir yüzle yaptırır. Sorun, televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun oluşturur.” (Postman, 2004: 101)

Eğlencenin televizyonun söyleminde üst ideoloji olduğunu söyleyen Postman’a göre neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur: Her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır.” (Postman, 2004: 102). Televizyon teknolojisiyle alakalı olan bu durum elbet ki radyoyu da etkilemiştir. Televizyonla yarış içinde olan radyo, televizyonun daha fazla ilgi toplamasından dolayı kısmen televizyonu taklit etmeye başlamıştır. Ve radyonun yapısal dönüşüm sürecinde televizyonla yarış ve taklit etme ihtiyacı da etkili olmuştur.

Televizyon izleyicisi az öncede değindiğimiz gibi izlediği her şeyi bir eğlence unsuru gibi algılamaktadır. Haber programları veya bültenlerinin de algılanışı aynıdır. Savaşlar ya da depremler evlerimizde izlediğimiz kurmaca filmlerden çok farklı değildir. Radyo da ise durum bunun tam tersidir. Özellikle ilk başlardan itibaren halkların en fazla haber aldığı kurumlar olan radyoların algılanışı televizyondan farklıdır. Televizyonda görsellikle gösteriye dönüşen haberler radyoda gösteriden uzak ve gerçekçidir. Ön plana çıkan inandırıcılığı arttıran şeyse kuruma olan güvendir. Gün boyu düş satan radyo istasyonlarının haber konusunda güvenilirlikleri ise artık tartışılır bir hal almıştır.

Radyoda meydana gelen bu değişikliği ve televizyonla rekabet sürecini incelerken daha önceden de söylendiği gibi değişim süreci toplumsal üretim şekilleri ve bu doğrultuda kitle iletişimin yeniden şekillenmesiyle alakadır. Özellikle televizyon teknolojisinin yaygınlaşması ile kitlelerin de beklentilerinde değişimler olmuştur. Kitlelerin televizyona yoğun ilgisi kitle iletişim araçlarındaki içerikle ilgili

olarak radyoyu da son derece etkilemiştir. Görünen o ki televizyon teknolojisi toplumsal ilgileri veya düşünceleri etkilemiş ve elektronik yayıncılık adına yeni bir dönem başlatmıştır.

Televizyonun toplumdaki değişimle alakalı etkisi ayrı bir tez konusudur. Ancak radyonun değişimi üzerindeki etkisi adına toplumların yönlendirilmesi ve toplumsal değişimle ilgili potansiyelinden dolayı, hedef kitlesinin ilgisini kaybetmeye başlayan radyonun da hem toplumsal yapının üretim ilişkilerince yeniden şekillenmesi hem de hem de aynı toplumdan etkilenecek yayınlarını şekillendiren ve egemen güçlerin elinde olan televizyonun etkin gücüne öykünmesi ve onun izinden gitmesi kaçınılmaz olmuştur.

Radyonun yapısal dönüşümün süreci sonunda eğlenceye yönelmesi televizyona öykünmesiyle de ilintilidir. Ancak bunu yaparken radyo istasyonları tüm bu eğlence unsurları içine haberi yerleştirememiştir. Çünkü radyo haberleri televizyondaki gibi gösteriye veya eğlence unsuruna dönüştürülemediği. Radyoda haber televizyona göre ciddi ve dinleyenlerin içinde eğlence öğeleri bulamayacağı bir yapıya sahiptir. Televizyon haberi izlenirken izleyici ciddi konuları bile görsellikle beraber eğlenceli bir şekilde izlerken şu anda radyo istasyonlarının haber bültenlerini giderek kısa tutmalarının nedenlerinden biride de bu haberlerin içinde eğlence öğelerinin yerleştirilememesidir. Tüm dünya eğlenceye yönelmişken radyo istasyonları sistemin bir parçası olarak ister istemez ayak uydurmak durumunda kalmışlardır.

Radyoda haberin eğlenceye dönüşmemesi radyo algısı ve radyonun gerçeklik kurgusuyla da alakadır.

2.3.2. Radyo Haberlerinde Gerçeklik

Bu kısımda radyonun gerçekliği nasıl yarattığı ve nasıl algılandığına ilişkin veriler bulunmaktadır. Ve bu verilerin günümüzdeki yaşanan süreçle bağlantılı olduğu söylenebilir

2.3.2.1. Ses Ve Anlam

Bu bölümde radyonun ses aracılığıyla dinleyenlere gönderdiği kodların anlamlarının veya kanal tarafından yüklenmeye çalışılan anlamların, dilsel boyutta incelenme gereksinimi doğrultusunda radyo haber metinlerinde kullanılan ses

unsurlarının alıcı tarafından nasıl bir yorumlama sürecinden geçtiği ve kanalın gerçekliği nasıl ürettiği konusuna değinilecektir.

Dil bilimin ve gösterge bilimin kurucusu kabul edilen Saussure'ye göre gösterge bir kavramla bir işitimi imgesini birleştirir.(Parsa ve Parsa, 2002: 9). Bu bölümde radyonun gönderdiği işitimi imgeleri ile dinleyicinin kavramları arasındaki ilişki ele alınırken yine Saussure'un söylediği şekilde işitimi imgesi yerine gösteren terimini, kavram yerine ise gösterilen terimini kullanılacaktır.

Radyoda söze dayanan mesaj toplumsal olan dilin içinde anlamlandırılır. Barthes'e göre dil "Hem bir toplumsal kurumdur, hem de bir değerler dizgesidir. Toplumsal kurum olarak, hiçbir biçimde bir edim değildir, her türlü önceden tasarlamadan dışında kalır; dil yetisinin toplumsal bölümüdür. Birey onu tek başına ne yaratabilir, ne de değiştirebilir. Özü bakımından, ortaklaşa bir sözleşmedir, bildirişim kurmak istenirse buna tümüyle uymak gerekir; üstelik bu toplumsal ürün, kuralları olan bir oyun gibi özerktir, çünkü ancak öğrenildikten sonra kullanılabılır (Barthes, 2005: 30).

Toplumsal içinde öğrenilen dilde sözcüklerse dil yetisinin sadece bireysel kesimini oluşturmaktadır. Söz Barthes'e göre özü bakımından, bireysel bir seçme ve gerçekleştirme edimidir; önce "konuşan bireyin kişisel düşüncesini anlatmak için dil kodunu kullanabilmesini sağlayan birleşimler"den (büyük boyutlu olan bu söze söylem diyebiliriz), sonra da "bu birleşimleri dışa vurmasını sağlayan zihinsel-fiziksel düzenekler"den oluşur" (Barthes, 2005: 31).

Sözcüklerle yayılan mesajların anlamlandırma sürecinin dil içinde bireysel olarak içsel ve dışsal olarak iki aşamalı olduğunu belirten Saussure'e göre içsel dış dünyadan edinilen deneyimlerle birlikte, gösterge sistemlerinden gelen bilgi ve buna ek olarak bellekte oluşan anılar bilme, kavrama ve idrak (cognition) alanında toplanmaktadır. Bilgiler buradan bir alt aşamayla süzülür, bazı şeyleri ima edebilmek için karşıtlıkların belirlendiği alana gider. Burada her şey zıddı ile anlam kazanır (Parsa ve Parsa, 2002: 81).

Gösterge sistemlerinin dış bilginin toplandığı enformasyon alanları olduğunu ve yorumlama sürecinde bu gösterge sistemlerinin özel bir yeri ve işlevi bulunduğunu söyleyen Saussure yorumlama sistemini şöyle özetler:

- 1- "Genelde anlam; içsel enformasyon süreci şartıyla birlikte, bireyin çevre elemanlardan gelen verilere, gösterge sistemlerine, bireyin kendi bilgi ve inanç sistemlerine bağlı olarak değişmektedir.
- 2- Gösterge sistemleri, dışsal enformasyon süreci biçimleridir. Buna içsel enformasyon -insanların içinde yaşadıkları kültürle aralarındaki uyumun derecesine göre değişen oranda ilave olmaktadır.
- 3- içsel ve dışsal süreç sistemleri ve bunların aralarındaki karşılıkların derecesi insanların içinde yaşadıkları kültürle aralarındaki uyumun derecesine göre değişen oranda- gösterge sistemlerinin yorumlanmasını ve anlaşılmasını etkilemektedir." (Aktaran: Parsa ve Parsa, 2002: 82).

Bunlara ek olarak tarihin tüm gelişiminin birbirlerini anlayabilen canlılar olarak insanları soyutlama yeteneğine bağlı olduğunu düşünen Sartori ye göre soyutlama “insan diline eklenilen sözcüklerin ve aynı zamanda, görülebilen ve gördüğümüz her şeyin zihnimizdeki temsilleri ve anlamlarıdır. Ancak bu soyutlama sadece ev, yatak, masa, araba, kedi vb. gibi pratik yaşamda kullanılan sözcükler için geçerlidir” (Sartory, 2004: 33).

Tüm bu somut kelimelerin gösterileni, var olan şeyler doğrultusunda oluşur yani maddi varlıkları söz konusudur..Ancak örneğin hukuk, adalet, enflasyon, devlet zeka vb kelimelerin maddi varlıkları yoktur.

Sartoriye göre “içinde yaşadığımız politik, toplumsal ve ekonomik gerçekliği yönlendirebilme ve doğayı denetim altına alabilme yeteneğimiz, gözle görülebilir bir gerçekliği olmayan soyut kavramlarla düşünebilme becerimize bağlıdır.” (2004: 34).

2.3.2.2. Radyo Haberleri Ve Söz

Radyonun ilk dönemlerinde haberler günümüzde olduğundan süre olarak çok daha fazla uzun hazırlanmıştır. Televizyonun olmadığı dönemlerde toplumun büyük bir bölümü radyo haberleri sayesinde dünyada, ülkelerinde neler olduğunu öğrenmiştir. Bu dönemde sadece ses ögesini kullanan radyo olayların kurgusal gerçekliğini sağlayabilmek için haber metinlerinde ayrıntıya önem verirken istenilen dışında bir düşünce oluşmaması içinde kullandığı ses unsurlarının kurgusu dahil olmak üzere tüm unsurlarıyla dinleyiciye sanal bir deneyim yaşatma pozisyonundadır. Ancak yarattığı gerçeklik boyutu, daha sonraki teknolojik gelişimi takiben radyoyu tahtından eden televizyonun görüntü ile destekli, yorumu kısıtlayan ve inandırıcılığı nispeten daha yüksek olan gerçekliğinden farklı işlemiştir.

Televizyon metinlerinde gösterenler görsel unsurla beraber kişinin kavramlaştıracığı gösterilene müdahale etmektedir. Bu da kişinin örneğin elma göstereni sonrasında yeşil bir elma gösterilini kavramlaştırmasını kırmızı elma görüntüsüyle manipüle etmek durumunda olduğu gibi kişinin kendi kavramını kullanmasını engelleyeceği anlamına gelir. Yani televizyon toplumun oluşturduğu kavramlara, gösterilenlere doğrudan müdahale eder. Televizyonun manipülasyonu örneğin aylıklık gibi soyut kavramlarda geçerlidir ve aylıklığı kahvehanelerde oyun oynayan insan görüntüsüyle vb somutlaştırma çabasına girişir. Bu durumda kişiler için o an oluşan aylıklık düşüncesi görüntüyle birleşecektir.

Televizyon, görüntüleri üretirken kavramları siler ve böylece soyutlama yeteneğimizi ve onunla beraber tüm anlama edimimizi azaltır (Sartory, 2004: 35). Radyo ise bu görsel müdahaleyi yapamadığı için farklı bir metot geliştirir. Radyoda kullanılan elma göstereni dinleyicinin kafasında kırmızı elma, yeşil veya sarı elma olarak farklı farklı canlanacaktır. Bu anlamda metni hazırlayanın manipülasyonu elmanın kırmızı olduğunu açıklamak zorundalığı ile gerçekleşir. Öte yandan soyut olan kavramlarda ise manipülasyon giderek zorlaşacaktır. Buda radyo haber metninin uzamasına neden olacağı gibi yine de tam olarak istenilen kurgusal geçekliği yakalamak uzun süren profesyonel bir çalışma sonunda çıkacaktır. Bu durumsa özellikle haberde yorumlama olduğu düşüncesiyle kuşku yarabilecek bir ortam hazırlar. Şöyle ki elmanın kırmızı olduğunu yada aylıklığın kahvehaneye gitmek olduğunu vb. gösteren televizyonda yorum yokmuş ve gerçekler olduğu gibi aktarılmış izlenimi doğarken radyoda elmanın kırmızı olduğu açıklamasının yada özellikle soyut kavramların ne olduğuna ilişkin açıklamaların yorum olarak anlaşılmasının nedeni toplumun oluşturduğu genel anlamlardır. Bu anlamların oluşumu Somut olan şeyler için gösteren gösterilen ilişkisindeki maddi varlığın gösterilenin oluşmasındaki etkisiyle şekillenirken, soyut kavramlarda ise toplumun kültürel yapısı paralelinde şekil alır.

Gösteren gösterilen ilişkisine müdahale etmede zorlanan radyo önceden kavramsılaştırılan bir göstergeyi yeniden kavramsallaştırmak için uzun süren bir çalışma yapmalıdır. Ancak bu söylem sürekli olarak güvenilir bir istasyon tarafından tekrarlanırsa dinleyicinin kavramıyla oluşturulmaya çalışılan kavram çatışmaz ya da dinleyicinin kavramının yerine yeni kavram geçer. Uzman kişiler güvenilir kaynaklar

veya siyasi liderlerin söylemleri zaman içinde özellikle soyut kavramların yeniden şekillenmesini sağlayacaktır.

Görsel olarak algılanan şeylerin kişilerin zihinlerinde gerçeklik konusunda hatta kimi zaman yanılgıya düşecek boyutta bir netleşmeye neden olduğu bilinmektedir. Bu nedenle görmediğimiz ve maddileştirilemeyen soyut kavramların ve bilmediğimiz somut kavramların toplum tarafından anlamlandırılma süreçleri görülene göre daha uzun bir zaman alır. Örneğin tanrı işitselinin şuan ki kavramı tek tanrılı dinlerde geçmişe nazaran ciddi farklılıklar içermektedir. Güneşe tapınma aya tapına veya putlara tapınma sırasında tanrının bir görüntüsü vardır. Ancak şuan tanrının bir görüntüsü olmadığından dolayı tek tanrılı dinlere geçiş sürecinde toplumlar kavramsallaştırmayı yapma konusunda zorlanmışlardır. Çünkü tek tanrılı dinlerde gösterilecek bir tanrıdan çok inanılacak bir tanrı olduğundan işitselin kavramının hemen oluşması beklenemez.

Toplumsal anlamları etkilediği iddia edilen kitle iletişim araçlarından radyoda, görsel unsur eksikliği nedeniyle toplumun daha önceden sahip olduğu bir takım anlamlara doğrudan müdahale etmek televizyona kıyasla zordur. Çünkü kişilere sunulan kurgusal gerçeklik gösterilerek değil radyo istasyonuna duyulan güvenle ve onun söylemine sağlanan inançla gerçekleştirilir. Burada anlatılmaya çalışılan şey radyonun, işitsel imgesinin yani gösterenin alıcının zihninde ki kavramı yani gösterileni değiştiremeyeceği değil ancak daha uzun sürede ve daha fazla ayrıntı vererek ve güven sağlanarak değiştireceğidir.

Toplum tarafından anlam yüklenmeyen yeni göstergelerin anlamlarıysa radyo ile üretilebilir. Bu da özellikle siyasi konularda entelektüel seviyeleri düşük toplumlar için radyonun etkisini artırır. Örneğin Avrupa Birliği ile ilgili anlamlandırma toplum tarafından yaygın bir şekilde yapılmamışsa radyo burada Avrupa Birliği göstereninin, gösterileninin belirleyicisi olur. Ancak tüm bunlara ilave edilmesi gereken konu bunun özellikle yukarda da belirttiğimiz gibi kişinin inançlarıyla ve toplumla aynı ya da aynı olmayan düşünceleriyle yakından alakalıdır.

Televizyonun kitle iletişim araçları arasında üstünlüğünü ilan etmesiyle ve yaygınlaşmasıyla beraber radyonun anlam ve gerçeklik üretme konusunda çektiği sıkıntı ve zorluklarda son bulmuştur. Çünkü toplumsal anlamları yeniden üreten televizyon sayesinde elmanın kırmızı, aylaklığın kahvehaneye gitmek olduğunu artık

herkes bilmeye başlamıştır. İşte tam bu noktada radyo haber metinleri anlam üretme konusunda yada gösterenle kişilerin kafasında oluşturdukları gösterileni manipüle etme işlevi yerine ‘yeni’ gösterileni pekiştirme yada televizyondaki söylemi tekrar etme görevini devralmıştır.

Tüm bunlara binaen televizyonun olmadığı dönemde radyo haber bültenlerinin gevşek formatta yani farklı okuma imkânlarını sunan nitelikte olduklarını söyleyebilirken televizyon sonrasındaki dönemde radyo metinleri de gösteren gösterilen ilişkilerinin geniş kitlelerce televizyon tarafından yeniden belirlenmesiyle farklı okuma imkânı sunmayan sıkı bir yapıya ulaşmıştır. Ancak bu iddia toplumdaki kişilerin televizyon ve radyoyu beraber kullandıkları ya da kitle iletişim aracı olarak sadece radyonun kullanılmadığı varsayımından hareketle ortaya atılmıştır. Aksi durumda yani diğer kitle iletişim araçlarının kullanılmadığı ve sadece radyonun kullanıldığı durumda radyo haber metinleri günümüzde ayrıntıdan daha da uzaklaştığından dolayı geçmişe nazaran daha gevşek formatta olacaktır.

Eklenmesi gereken diğer bir durumda haberlerde kanalın sunucusu dışında canlı bağlantı veya kayıtlı siyasi liderlerin söylemlerine yer verilmesi durumudur. Bu durumda liderlerle ilgili genel algı ve güvenilirlik gibi birçok parametre devreye girer ki siyasi propaganda ile ilgili olduğundan bu çalışmada yer verilmemiştir. Bu manada radyo haberinin algılanması kanalın kendi söylemi doğrultusunda işlenmiştir.

2.3.2.3. Radyo Haberinde Öykülendirme

Radyo kitle iletişimin yazlı hale gelmesinden sonra kitlelerin önceki haberleşme alışkanlığına yani sözlü kültüre geri dönmesine neden olmuştur. Radyonun özellikle haberde bir anlatım tarzı vardır. Bu anlatım tarzı sözlü kültürde olan öykülendirmeye çok ilintili olmakla beraber kanalın teknolojik özelliklerinden de dolayı öykü haline gelen haber dramaya dönüşemez.

Gerbner’e göre bildiklerimizin çoğunu aslında kişisel olarak yaşadığımız ya da deneyimlerimiz değil, yaşadığımız dünyanın duyduğumuz, gördüğümüz ve anlattığımız öykülerinden oluşur (Aktaran: Poyraz, 2002: 33). Bu manada radyonun toplumların yaşamadığı birçok konu hakkında bilgilendirici olması da radyo haber

bültenlerindeki anlatımın toplumların alışkın oldukları öykülendirmeyele bağlantılı olmasıdır.

Gerbner öykülerle ilgili olarak “Düşündüklerimizin ve yaptıklarımızın çoğunu oluşturan kültürel çevre içinde kendi atmosferimizi yapılandırmamızı sağlar. Öykü anlatma, önceleri bireysel üretimlerden (hand-crafted), ev içi anlatımlardan ve cemiyetlerden esinlenmekteydi. Şimdilerde ise karmaşık bir üretim ve pazarlama süreci gerektiren, çoğunlukla kitlesel üretim ve tüketimlerle karşımıza çıkmaktadır. Kültürel çevremizi canlı ve çekici kılan öykülerin üç temel fonksiyonu vardır: 1) Şeylerin nasıl işlediğini ortaya çıkarmak; 2) Bu şeylerin neler olduğunu tanımlamak; 3) Bunlar hakkında neler yapmamız gerektiğini söylemek (Aktaran: Poyraz, 2002: 34).

Giderek kısalan radyo haberlerinden öyküleme ile ilgili olarak Gerbnerin belirlediği kültürel fonksiyonlardan kısmen şu an ilk ikisinin işlediği söylenebilir. Ancak üçüncüsünün haber bültenlerinden çok radyonun popüler kültür ağırlıklı günlük yayınında cevaplandığı bir durum söz konusudur.

Acıklı tiyatro oyunu, acıklı durum olarak tanımlanabilecek dram için haber ve dram ilişkisi kapsamında tartışmalar sürerken dramla ilgili olarak Poyraz “Dram sözcüğü hareketi imler. Bu hareket, öznesi amacı etkisi olan bir eylemdir. Drama özgü olan, sahnede canlandırılmaya uygun bir eylemle dile ve görüntüye gelir. Oyunun iletmek istediği anlam, bu eylemden çıkar; yaşatmak istediği oyun kişilikleri bu eylem aracılığı ile ortaya çıkar” demektedir (Poyraz,2002: 26).

Öykülendirilen bir haber televizyonda, televizyonun teknolojik avantajı görüntü ile birlikte gerilim, çatışma, şiddet, heyecan, korku, merak gibi unsurlarla haber dramatize edilebilir. Tüm bunlar izleyende bir tiyatro oyununun yarattığı hazzın benzerini uyandırır. Oysaki radyoda öykülendirme içinde bu unsurlardan hemen hiç biri yer almaz ve kısa sürelerde dinleyiciye ulaşan haber dramatize edilemez. Bu yüzden tek düzeyde kalır ve bir takım duyguların yaşanması mümkün olmadığından gerçekliğin kurgusu kontrol dışındadır. Örneğin bir savaş haberinde kişilerin yaşadıkları ile ilgili istenilen gerçekliği sözcüklerle oluşturmak pek de mümkün değildir.

Dramanın radyoda sözle yakalanmaması ayrıntıyla alakalıdır. Haber sunucusu aynı bir roman yazarı gibi anlatılan olayı dramatize etmek için fazlasıyla ayrıntı

vermek zorundadır. Radyo tarafından dramatize edilemeyen haber için radyonun olayların algılanmasında ki etkisi dinleyicinin hayal gücünü kullanışı ile alakadır. Yani anlatıcı (roman yazarı ya da sunucu) tam olarak istenilen kurgusal gerçekliği görüntü olmaksızın yakalamak için dinleyici veya okuyucunun hayal dünyasına yön vermek durumundadır.

Romandaki kurgu ve dramatik gösterim ile ilgili olarak Esslin şöyle der:

“ Romancının uzun bir zaman diliminde aktarmak zorunda olduğu bir sürü bilgiyi, dramatik gösterim yönetmeni tek bir anda, istenilen görüntüdeki bir aktrisi sahneye sokarak aktarabilir. Roman okuyucusu, diğer bilgiler, birr birer, satır satır eklenirken, her bilgiyi aklında tutmak resmin tamamını zihninde kurmak zorunda olduğu halde, dramatik bir gösterimin seyircisi bu bilgilen tek bir imaj halinde ve daha çabuk duygusal bir tepkiyle algılar. Romancının çizgisel, parça parça aktardığı bilgiler oyuncunun zihninde bir resim teşkil etmeden önce, o okuyucunun şuurundan geçmek zorundadır. Oysa dramatik bir gösterimin izleyicisi, izlenimlerin çoğu şuur eşiğinin altında kalsa da, resmi hemen o ânda edinecektir (Esslin, 2001: 28).

Çok benzer bir durum radyo ve radyo haberi içinde geçerlidir. Sözcükler teker teker kişilerin zihinlerinde resimlere dönüşür. Ve bu resimlerin istenilen şekilde oluşturulması ayrıntıya dayanır. Ayrıntı verilse bile anımdalıktan uzak olacağı için dramatik bir hava yakalanamaz ve zaten kısıtlı haber sürelerinde ise bu ayrıntı aktarılamamaktadır. Bu yüzden radyo haberleri dramatik bir ifade taşımaz.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE ÖZEL RADYO İSTASYONLARININ HABERE YAKLAŞIMI

3.1. Günümüzde Türkiye’de Radyo Haberciliği

Radyo yayıncılığının günümüzde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de popüler müzik ağırlıklı bir anlayışı benimsemesi ile radyolarda genel olarak söze dayalı yayınlar azalmıştır. Söze dayalı yayınlar içinde yer alan; radyo tiyatroları, eğitici yayınlar, haber programları ve bültenleri, popüler müzik karşısında eskiye nazaran ciddi şekilde süresel olarak yaşamaktadırlar. Hatta eğitici programlar ve radyo tiyatroları artık Türkiye’de çok az kanal tarafından yapılmaktadır. TRT bu tarz yayınlarına özellikle Radyo 1 den devam ederken özel radyolarında çok az bir kısmı eğitici yayın ya da radyo tiyatrosu yayınlamaktadır. Son yıllarda dikkat çeken diğer bir unsur da söze dayalı yayın yapan özel radyoların Türkiye’de dini yayın içerikli radyolar olmasıdır. Bu radyolarda dini konularda hatta ideolojik boyutu ile yayın yapılırken kimi radyolar dini içerikli radyo tiyatrolarına yer vermektedir. Ancak bu radyolar ulusal yayın yapan radyo istasyonları arasında sayısal olarak azdır.

Söze dayalı yayın anlayışının yerini popüler müziğin ya da kültür endüstrisi ürünlerinin alması Türkiye’de 1990’lı yıllarda başlayan radyo yayıncılığındaki ticarileşme ile ilgilidir. Radyo haberciliği ise bu süreçte, eğitici yayınlar ya da radyo tiyatroları gibi radyo istasyonlarının tam olarak yüz çevirdiği bir tür olmasa da genel anlamda nicelik ve nitelik olarak ciddi değişiklikler göstermiştir. Bu değişikliklerin başında haber bültenlerinin sayısının ve süresinin özellikle özel radyolarda ciddi şekilde azalarak haberlerin radyolardan artık sadece spot başlıklar halinde sunulması gösterilebilir. Günümüzde özellikle ulusal ve bölgesel radyoların genelinde haber süresi ortalaması iki dakika, bülten sayıları ortalaması ise beştir. Bu süre gündemi yoğun bir ülke olan Türkiye için geçmişe nazaran son derece azken dünyadan gelişmelerle beraber, spor haberleri, hava durumu gibi yan unsurlar da çoğu zaman bu sürenin içindedir. Kimi özel ulusal ve bölgesel radyolarda ise haber bülteni yoktur. Yerel radyolarda ise artık yapım ücretleri ve eleman giderlerinden dolayı haber bülten ya da programları yapılmamaktadır.

Haber bülteni olan radyo istasyonlarında haber merkezi yapılanması ise radyo haberciliğinin Türkiye’deki şeklini ortaya koymaktadır. Haber merkezlerindeki genel görünüm radyolarda artık sadece bir veya iki kişinin haber merkezlerinde çalıştığını ve bu kişilerin hem haberin hazırlanması hem de sunulması aşamalarında yer almalarıdır. Editör sunuculuk olarak dile getirilen bu uygulama ile radyolar haber merkezlerinde çalışan kişilerin aylık masraflarını minimumda kapatırlar. Büyük medya gruplarında ise durum biraz daha farklıdır. Televizyon ya da internet yayıncılığı da yapan gruplar haber merkezlerinde daha fazla kişi çalıştırırken, haber merkezi yapılanmaları ise radyoya yönelik olmaktan uzak olup televizyon ve internet haberciliği adına yapılanmıştır. Bu tür gruplar haber merkezlerinde editörler ve sunucular dışında muhabir de çalıştırırlar. Ancak haber merkezlerinin bu büyük gruplarda daha geniş olmasının nedeni radyo haberciliği yapmaktan çok diğer kanallar için haber hazırlamakla alakalıdır.

Haber merkezleri olan ve haber yayınlayan radyolar için haber kaynakları ajanslar, internet ve kimi zaman da televizyondur. Özellikle son dönemde radyo haberciliği için en büyük gelişme internetin çok sık kullanılan bir kaynak olmasıdır. İnternetteki haber siteleri günümüzde radyoların birçoğu için en önemli haber kaynağıdır.

Radyo haberciliği ile ilgili diğer bir gelişme ise kimi kuruluşların, radyolar için haber bülteni paketleri satmaya başlamasıdır. Bu kuruluşlardan bazıları ulusal veya bölgesel radyo istasyonları ile de çalışmaktadır. Maliyet açısından bir radyonun haber merkezi kurması ya da haber merkezini çalıştırmaya uğraşmasından çok daha ucuza gelen bu uygulamadan günümüzde yerel radyoların bazıları da faydalanmaktadır. Bu tarz kurumların hazırladıkları paket haber bültenleri ortalama 2 dakika olup radyo istasyonlarında en fazla gün içinde altı kez yayınlanabilmektedir. Bu uygulamanın radyo haberciliği adına olumlu olduğu ise söylenemez. Genellikle internet haberlerine dayanan bültenler tek ya da birkaç kuruluştan tüm Türkiye’ye radyolar tarafından yayılmakta ve kalite de tek elden çıkması nedeniyle düşmektedir. Bu uygulamanın yaygınlaşması durumunda radyoların birçoğunun gelecek yıllarda haber merkezlerini kapatarak paket haber almaya başlaması, maliyet açısından da muhtemeldir. Çünkü tek bir haber merkezi ve sınırlı çalışanı olan bu tarz kuruluşlar birçok radyoya düşük maliyetli hizmet sunmakta ve kar amacı güden radyo

istasyonları içinde haber merkezleri adına harcanan eleman ücreti, ajanslara ödenen aylık ücretler ve donanım ücretleri düşünüldüğünde bu kuruluşlar hem kar etmekte hem de günümüz koşullarında haber merkezi ücretlerinden kısmak isteyen radyolara bir avantaj sunmaktadır. Ancak bu, tarihi sürecinde değişen radyo haberciliği için sonun başlangıcıdır.

3.1.1. Ticari Radyoların Günümüzde Habere Yaklaşımları

Çalışmanın bu bölümünde günümüzde ulusal ya da bölgesel yayın yapan ve Türkiye çapında en çok dinlenen radyo istasyonlarının haber yaklaşımları verilecektir. 2007 yılı RTÜK Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması radyoların belirlenmesinde belirleyici olurken bu çalışmada yer alan müzik radyolarının yetkilileri ile görüşmeler yapılmıştır. Aynı zamanda RTÜK'ün araştırmasında ismi geçmeyen ulusal diğer müzik kanalları da araştırmanın içine dâhil edilmiştir. RTÜK'ün araştırmasının sonuçları ek 1'dedir. Tüm bu radyoların yetkilileri ile telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.

3.1.1.1. Pal FM

Pal FM, Pal Medya bünyesindeki kanallardan biri olup ulusal yayın yapan bir radyo istasyonudur. Bu grubun aynı zamandan Pal Station isimli Ankara'ya yayın yapan bir yerel radyosu ve bir de internet üzerinden yayın yapan haber sitesi bulunmaktadır. Pal Station ve Pal FM'de günlük 8 haber bülteni hazırlanmaktadır. Bülten süreleri 2 dakikadır. Grubun haber merkezi tüm kanalları için hizmet verirken haber merkezlerinde muhabir çalışmamaktadır. Haber toplama sürecinde ise Anadolu ajansı ve internet kullanılmaktadır. Zaman zaman da haber kaynağı olarak televizyon da hazırlanan haberlere kaynaklık edebilmektedir (Pal FM Yetkilisi, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.2. Radyo Tatlıses

Türkiye'nin en çok tercih edilen ulusal radyo istasyonlarından biri olup Saran Holding bünyesindeki Saran Medya grup aynı zamanda bünyesinde haber yayını yapan Radyo Time, Spor radyosu olan Radyo Spor ve İstanbul'da yerel yayın yapan Radyo Pink'i de barındırmaktadır. Radyo Tatlıses'te bir günde 4 haber bülteni

bulunmaktadır. Bültenlerin süreleri en fazla 3 dakikadır. Radyo Tatlıses'in haberleri grubun haber radyosu olan Radyo Time'in haber merkezinde hazırlanmakta olup Radyo Time'in haber merkezinde ise haber toplama sürecinde Anadolu Ajansı, Anka Haber Ajansından faydalanılmaktadır. Haberlerin oluşturulması sürecinde dikkat çeken diğer bir kaynak da internettir (Püsküllü, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.3. Radyo Klas ve Numberone FM

One Media Grup bünyesindeki bu iki radyo istasyonu ulusal yayın yapmaktadır. Grubun ayrıca iki televizyon kanalı bulunmaktadır. Numberone FM ve Radyo Klas'ın haber merkezleri grubun diğer kanallarıyla ortaktır. Bu haber merkezinde 3 muhabir çalışmaktadır. Ajanslar ve internet genel haber kaynaklarıdır. Bazen de günlük gazeteleri de kullanılmaktadırlar. Haber merkezinde çalışan muhabirler genel olarak grubun televizyon kanalları için habere çıkmaktadırlar (Yılmaz, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.4. Radyo Mydonose

Radyo Mydonose'da günlük 4 haber bülteni bulunmaktadır. Bunların dışında kültür sanat haberleri de gün içinde belli periyotlarla sunulur. Haber süreleri ise ara haberler için 2 ila 3 dakika ana haberler için 3 ila 4 dakika olarak belirlenmiş olup gündeme göre değişmektedir. Radyo Mydonose ile aynı grupta yer alan yerel radyo istasyonu Mydonose Türk Pop'ta da aynı haberler Radyo Mydonose'dan 5 dakika sonra yayınlanmaktadır. Her iki radyo içinde tek bir haber merkezi olup haber merkezinde bir adet editör sunucu bulunmaktadır. Bu doğrultuda haber sunucusunun diğer görevi ise haberleri yayına hazırlamaktır. Haberlerin hazırlanması için Anadolu Ajansı ve internetteki haber sitelerinden faydalanılmaktadır (Önay, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.5. Show Radyo, Radyo 5 ve Radyo Viva

Aynı grupta yer alan ve Türkiye'nin en çok tercih edilen müzik radyoları arasındaki bu üç radyonun haber merkezleri ortaktır. Haber merkezinde iki editör sunucu çalışmaktadır. Haber merkezinde önceden kayıt edilen bültenler otomasyon

sayesinde yayına aktarılmaktadır. Üç radyoda da aynı bülten yayınlanmaktadır. Bülten süresi ise 2 dakikadır. Çok yoğun gündemi olan günlerde ise bu süre en fazla 2,5 dakikaya çıkarılmaktadır. Bülten sayıları hafta içi bu üç radyoda 6 olarak planlanmışken hafta sonu Show Radyo'da 4, Radyo 5 ve Viva'da ise 3 olarak planlanmıştır (Alemdar, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.6. Alem FM

Alem FM haber bültenleri akşam gazetesi desteği ile hazırlanmaktadır. Alem FM'in kendine ait bir haber merkezi bulunmamakta ve gün içinde 2 bülten canlı olarak sunulmaktadır. Bülten süreleri gündeme göre değişmektedir (Kural, Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.7. Best FM

Best FM'de 8 haber bülteni yayınlanmaktadır. Bun bültenlerden 18.00 de sunulanı 15 dakika civarında olup bültenin içinde spor haberleri, özel röportajlar tüketici köşesi, finans bülteni de bulunmaktadır. Diğer bültenler bir buçuk ya da iki dakika olarak sunulmaktadır. Haber kaynağı Anadolu Ajansıdır ve haber siteleri de kaynak olarak kullanılmaktadır (Kulak, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.8. Turkuvaz Radyo

Çalık holding bünyesindeki Turkuvaz Radyo 9 bülten bulunmaktadır. Bülten süreleri 2 dakikadır. Turkuvaz radyonun haber merkezinde 2 editör spiker çalışmaktadır. Haber kaynağı olarak da İhlâs Haber Ajansı ve internet kullanılmaktadır (Zeren, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.9. Power Türk, Power FM, Power XL ve Radyo Fenomen

Power Grup bünyesindeki bu dört radyo istasyonun dışında grubun televizyon kanalı da bulunmaktadır. Tüm kanallar için tek bir haber merkezi vardır ve 7 çalışanı bulunmaktadır. Anadolu ajansı ve internet haber merkezinde en çok kullanılan haber kaynaklarıdır. Bunun dışında EG'S adı verilen bir haber havuzundan faydalanılmaktadır.

Power Türk'te 80 saniyelik 11 bülten bulunmaktadır. Bültenlere önemli spor haberleri de dâhildir. Power FM'de en fazla 120 saniye olarak hafta içi 8, hafta sonu 5 bülten yayınlanmaktadır. Radyo Fenomen'de 120 saniyelik 11 bülten ve Power XL'de ise 120 saniyelik 7 bülten bulunmaktadır (Karakoç, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.10. Radyo D, Slow Türk ve Radyo Moda

Doğan holding bünyesindeki radyo istasyonları için yapılan görüşme sonrasında Türkiye'de günümüzde en çok dinlenen radyo istasyonlarından bir tanesi olan Slow Türk'te haber bültenlerinin olmadığı, Radyo D'nin gün içi 1 dakikalık 11 haber bülteninin olduğu ve ayrı olarak spor haberleri ve hava durumu içinde 1 dakikalık bir zamanın ayrıldığı ile saat 19.00'da ise grubun televizyon kanalı olan Kanal D'nin haberlerinin Radyo D'den yayınlandığı verilerine ulaşılmıştır. Radyo Moda'da ise gün içi haber bülteni bulunmamaktadır. Akşam 19.00 da ise grubun diğer bir televizyon kanalı olan Star Tv'nin ana haber bülteni Radyo Moda'dan yayınlanmaktadır. Grubun radyoları için genel bir haber merkezi söz konusudur. Ancak belirtildiği gibi şuan Radyo Moda ve Slow Türk de gün içi haberleri yoktur ve haberler sadece Radyo D için hazırlanmaktadır. Haber merkezinde 1 tane editör sunucu çalışmaktadır. Haber kaynağı olarak EG'S isimli haber paylaşım havuzu ve internet siteleri kullanılmaktadır (Aksu: 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.11. Radyo Vatan

Radyo Vatan bünyesinde haber merkezi bulunmamaktadır. Radyo haberlerini bir ajansa hazırlatmakta olup bu haberler günde 5 bülten halinde girmekte olup ortalama 2 dakikadır (Akkaya, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.12. Dünya Radyo

Dünya Radyo'da haber süreleri en uzun 3 dakikadır ve gün içi 8 bülten yayınlanmaktadır. 20.00'deki ana haber bülteni 10 dakika ve diğer ana haber bülteni 5 dakikadır. Pop müzik yayını yapan bu istasyonda haber merkezi vardır ve 2 sunucu-editör çalışmaktadır. Haberlerin hazırlanması aşamasında Samanyolu

Televizyonu ve grubun diğer kanallarının kullandığı haber havuzundan faydalanılmaktadır. Anadolu Ajansı ve internetteki haber siteleri de haberlerin oluşturulmasında kullanılan kaynaklardır (Arslan, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.13. Kral FM, Radyo Virgin, Radyo Eksen, Radyo Voyage

RTÜK'ün 2007 yılı araştırma raporuna göre tüm radyolar arasında en çok dinlenen ilk radyodur ve % 17,9 oranında ankete katılan kişiler tarafından tercih edilmiştir (RTÜK, 2007: 61). Kral FM'de 8 bülten vardır. Bu bültenlerden 18.00'deki 10 dakika olup, 19 bültenin belirli bir süresi yoktur. Diğer bültenler ise ortalama 2,5 dakika şeklinde gerçekleştirilir. İstasyonun haber merkezi vardır ve 2 sunucu editör çalışmaktadır. Doğu medya grubu içinde yer alan radyo haberlerinin oluşturulması aşamasında aynı grubun hem televizyon hem internet haberciliği yapan Ntv'den, Anadolu Ajansı'ndan, Cihan haber Ajansı'ndan ve internet sitelerinden faydalanmaktadır (Soyöz, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

Doğu Medya Grubunun diğer radyoları olan Radyo Virgin, Radyo Eksen, Radyo Voyage ise Kral FM'den ayrı işlemektedir. Radyo Eksen, Radyo Voyage müzik radyolarıdır ve haber bülteni bulunmamaktadır. Radyo Virgin'de ise hafta içi 4 bülten bulunurken hafta sonları bülten yoktur. Haber bültenlerinin süresi 2 dakikadır. Haber merkezleri ise bir haber radyosu olan NTV Radyo ile ortaktır. NTV radyo için oluşturulan haber merkezi Radyo Virgin'e de haber bültenleri yapmaktadır. NTV radyo haber merkezinde 7 editör spiker çalışmaktadır (Kılıç, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.14. Süper FM, Metro FM, Joy FM, Joy Türk

Spectrum medya bünyesinde yer alan bu radyo istasyonlarından özellikle Süper FM ve Metro FM, RTÜK'ün 2007 yılı araştırmasında en çok dinlenen radyo istasyonları listesinde sırasıyla üçüncü ve sekizinci olmuşlardır (RTÜK, 2007: 61). Türkiye'nin en çok dinlenen radyo istasyonlarından olan bu kanalların tek bir haber merkezleri vardır ve bu haber merkezinin tek editör sunucusu bulunmaktadır. Yapılan görüşmede haberler hazırlanırken tek kaynak olarak Anadolu Ajansının kullanıldığı özellikle de internetin kullanılmadığı dile getirilmiştir. Bu anlamda

görüşmeler içinde interneti kullanmayan tek kurum Spectrum medyadır. Grubun radyolarında ise bülten süreleri aynı fakat sayıları farklıdır. Genelde 1 ila 2 dakika arasında değişen fakat 2 dakikayı aşamayan bülten süreleri söz konusudur. Buna göre Metro FM’de 3 bülten, Süper FM’de 7 bülten, Joy FM ve Joy Türk’de de 3 bülten vardır (Baş, 2009: Sözlü Görüşme).

3.1.1.15. İstanbul FM

Bölgesel yayın yapan ve RTÜK’ün araştırmasında yer alan İstanbul FM’in haber merkezi ve 1 adet editör sunucu bulunmaktadır. Radyonun yayınlarında 5 haber bülteni vardır ve süreleri en uzun 3 dakika olarak planlanmıştır. Haber oluşturma aşamasında kullanılan kaynaklar ise Anadolu Ajansı, İhlâs Haber Ajansı ve internettir (Çakır, 2009: Radyo ve Radyo Haberleri İle İlgili Görüşme).

3.1.1.16. Görüşmelerden Çıkan Genel Sonuç

Görüşme yapılan radyo sorumluları veya haber sorumluları ile konuşulan ve fikir birliğine varılan konu radyolarda haber sürelerinin gerek imkânsızlıktan gerekse dinleyiciyi kaçırma korkusu yüzünde kısa tutulmak istenmesidir. Bunda radyo sahiplerinin de etkisi büyüktür. Diğer bir konu da haber merkezlerinde çalışan kişilerin sayılarının azlığı ve kriz dönemlerinde ya da şirket içi maddi sıkıntılar söz konusu olduğunda haber merkezi çalışanlarının ilk gözden çıkarılan kişiler olduğudur. Anlaşılan odur ki ticari radyolar için haber merkezlerinin dolayısıyla da haberin önemi ve değişim değeri giderek azalmaktadır.

SONUÇ

Telgrafın icadından, elektromanyetik dalgalar ile telsiz telgrafın bir kitle iletişim aracı olan radyoya dönüşümüne ve radyonun da bir ve haber aracından eğlence aracına dönüşümde geçen süreç toplumun yapısal süreciyle ve alt yapının dönüşümleriyle yakından alakalıdır. 1907'de, Amerikalı Lee De Forest, telsiz telgrafın ses şiddetini yükseltebilen ilk lambayı, Triyot'u bulduğunda kimse bu günkü anlayışıyla bir radyonun ortaya çıkabileceğini tahmin edemezdi. Çünkü o dönemin yapısı itibarıyla bu teknolojik gelişim, yapının içinde bir parça olarak değerlendirilmiş ve yapının egemen düşünce anlayışları doğrultusunda şekil almıştır.

O dönemin koşulları, kapitalizmin dünyanın birçok bölgesinde yeni gelişmeye başlaması ve özellikle 1. Dünya Savaşı sonrası dünyanın birçok yerinde kapitalizmin karşına sosyalizm tehdidinin çıkmasıyla, son derece karışık bir siyasal süreci işaret etmektedir. Yine aynı yıllarda dünyanın kimi yerlerinde kapitalizmin yükselmesiyle yakından alakalı olarak tırmanışa geçen aşırı ırkçı akımlarda dönemin diğer bir dikkat çeken özelliğidir. Tüm bunlarla beraber ilk radyo yayınlarının başladığı yıllarda radyoyu ilk kez siyasi amaçlarla kullanan SSCB olmuştur. SSCB o dönemde halkın toplu olarak bulunduğu yerlerde radyo ile sistemin propagandasını yapmıştır. Yeni sistemin öğrenilmesi adına kullanılan bu yeni teknoloji Amerika, Almanya ve İngiltere tarafından da siyasi amaçlarla kullanılmıştır. Türkiye'de ise o dönemde ülke içinde siyasi kullanımı söz konusudur. Yurt dışında propaganda amaçlı olarak 1946 yılından itibaren yayınlara başlanmıştır.

Radyo yayınlarının ideolojik bir söylem içinde gerçekleştiği bu yıllardaki, yani radyo yayıncılığının ilk ve en etkili olduğu yıllarda toplumsal koşullar ortadadır. Buna göre sosyalizm ve kapitalizm gibi sistemlerin çatıştığı, ayrıca kapitalist ülkelerinde aralarında yaşadıkları rekabetlerden dolayı savaşlar ve siyasal gerginliklerle geçen bir süreç söz konusudur. Bu süreçte radyonun etkinliğinin farkına varan egemen güçler radyoyu gerek siyasi ikna süreçlerinde gerekse savaş yıllarında ciddi anlamda kullanmışlardır. Radyo haberlerinin ise bu doğrultuda yeri son derece önemlidir. O yıllarda toplumların dünya ve ülkeleri ile ilgili gelişmeleri takip edebilecekleri en hızlı yegâne kaynak radyodur ve bu yüzden etkisi son derece güçlüdür. Genel anlamda o dönemde de egemen güçlerinde elinde olan bu araç tam

olarak ideolojik bir çizgide yayınlarını yapmıştır. İdeolojinin söylem üzerinden işlevini gerçekleştirdiği bu tarihlerde radyo haberlerin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Çünkü haber, radyo yayınları arasında en ciddi, en bilgilendirici ve bir o kadar da toplumların farkına varamadıkları kadar taraflı ve ideolojiktir. Ekonomik anlamda sosyalizm ve kapitalizm çatışması ve kapitalist ülkeler arasındaki rekabetlerin oluşturduğu yapısal süreçte radyonun o dönemki görevi söylemle ikna ve teslimiyet yaratmaktır.

Türkiye'deki radyo yayıncılığının gelişim süreci ise TTTAŞ ile başlar ve bu dönemde bile özel bir yapılanma olmasına rağmen devlet kontrolü hissedilmektedir.. İlk yıllarında radyo yayıncılığının özel bir kuruluşa verilmesi ile o dönem Türkiye'sinin ekonomik yapısı ve sonraki yıllarda da radyonun devlet eline geçişi yine ülkenin ekonomik yapısıyla bağlantılıdır. İlk yıllarda tam anlamıyla liberal ve özel girişimi desteklemeye çalışan bir ülke olarak Türkiye, radyo yayıncılığını da özel bir şirketle gerçekleştirmeye çalışmıştır. Genel olarak Türkiye o dönemki serbest piyasa oluşturma girişiminde başarılı olamamış ve 1929'da dünya çapında yaşanan ekonomik buhranla ülkenin gelişimi için sermayedarların girişimlerini beklemenin zaman kaybettirici olacağı düşünülerek devletçi bir ekonomiye özelliklede ağır sanayi yada o dönem itibariyle Türkiye'deki yerli sermayenin altından kalkamayacağı yatırım alanlarında devlet eliyle kalkınma sağlanması planlanmaya başlanmıştır. Aynı yıllarda TTTAŞ'nin de sözleşmesinin sona erişiyile beraber yeni ekonomik yapılanmanın içinde radyo da tam olarak devlet kontrolüne geçmiş ve bu ekonomik yapılanmanın içinde devletin sesi olmaya başlamıştır.

Toplumsal yapının değişimlerinden hemen her dönem yapının diğer unsurlarıyla beraber etkilenen radyo 27 Mayıs 1960'de yapılan askeri müdahaleden sonra gerçekleşen toplumsal dönüşümden de fazlasıyla etkilenmiştir. İhtilal sonrasında 1961 yılında oluşturulan anayasa ile hak ve özgürlükler geçmiş senelere nazaran arttırılmıştır. Dönemin yapısal dönüşümüyle radyo da devlet tekelinden çıkarak özerk olmayı 1964 de kurulan TRT ile sağlamıştır. TRT'nin bu yılları son derece önemlidir. Çünkü 1961 Anayasası'nın sağladığı özgürlüklerle TRT belki de Türkiye'de kamu yayıncılığının en tarafsız ve devletin söylemlerinden en uzak dönemini yaşamıştır. Bu dönemde siyasiler tarafından da fazlasıyla eleştirilmiştir. Fakat bu özerklik sürekli dönüşen toplumsal, ekonomik ve siyasi yapıdan dolayı

fazla uzun sürmemiştir. 1971 yılında yapılan 2. bir askeri darbe sonucu TRT özerkliğini kaybederek devlet tekelindeki bir kamu iktisadi kuruluşuna dönüşmüştür.

Aynı yıllarda dünyada ise kapitalizm ve sosyalizm savaşı devam ederken kutuplar dünyanın önceden önemsiz görülen Uzak Doğu, Orta Doğu ve Afrika ülkelerinde radyo ile propagandalarına devam etmişlerdir. Bu nedenle televizyonun da yaygınlaşmaya başladığı bu dönemde özellikle daha yoksul olan bu coğrafyada radyo halen çok ciddi bir ideolojik araçtır.

1980’lerde ise Türkiye bir askeri darbeye daha karşılaşmış ve yayıncılıkla ilgili olarak ihtilal hükümeti yeni düzenlemeler getirmiştir. İhtilal sonrası Türkiye’si ise ekonomik sıkıntılardan kurtulabilmek için dünyanın başka ülkelerinde de uygulamaya konulan özelleştirme ile tanışmıştır. Ekonomik alt yapının tam anlamıyla kapitalist bir sürece girdiği bu yıllarda kamu iktisadi kuruluşlarının satışları ile ilgili süreç başlamıştır ve bu tüm toplumsal yapıyı derinden etkileyerek yeni bir dönüşüme sebebiyet vermiştir. Bu dönüşüm ile birlikte yayıncılık da Türkiye’de değişmeye başlamıştır. 1990’larda ilk özel radyo ve televizyon kanalları açılmaya başlamış ve 1993 yılında da özel yayıncılıkla ilgili kanun çıkarılarak yasal hale getirilmiştir. Bu yıllarda dikkat çeken husus ise küreselleşmedir. Ulus devletlerin güçlerini yitirmeye başladığı ve küresel dev güçlerin her yerde varlıklarını göstermeye başladığı bu yıllarda özel yayıncılıkla beraber küreselleşmenin (post-fordist süreç) gerçekleşmesi için gerekli olan toplumsal anlamlandırma süreçleri ve yeni toplumsal anlamlar da ticari kanallarla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Kutuplu dünyada kapitalizm ve sosyalizm arasındaki çatışma sürerken radyo yayınlarında radyo haberlerinin önemi giderek artmıştır. İdeolojik söylem haber üzerinden işlerken mevcut durumların çarpıklıkları ve yanlışları çarpıtılmış, saklanmıştır. Ancak açık olansa ideolojinin radyo haberleri vasıtasıyla genel söylemi ve kamu gündemini belirleme ve yönetme çabasıdır. Bunun örnekleri çalışma içinde gerek Türkiye için gerekse dünyanın diğer yerlerindeki radyolar için verilmiştir. Yukarıda da değinildiği gibi küreselleşme ve kutupların ortadan kalkmasıyla dünyanın siyasi ve ekonomik yapılarında ve buna bağlı toplumsal yapılarda ciddi değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. Geç kapitalizmde üreten kişilerin sisteme bağlılıkları için artık ideolojik söyleme ihtiyaç azalmıştır. Bu süreç içinde sistem

kendini meşrulaştırma ihtiyacını karşı propagandanın da olmamasından dolayı gerekli görmezken toplumların anlamlandırma süreçleri de yapı ile birlikte ciddi değişikliğe uğramıştır. Üretim ilişkilerinin belirleyici olduğu bu süreçte toplumlar üreten ancak ürettiklerine yabancılaşan ve eşitsizlikleri ve sömürüleri göremeyen bir anlam dünyasının içinde yapılanmıştır. İdeoloji, meşrulaştırmanın ötesine geçerek üreten sınıfın durumu rasyonalize ettiği bir boyut kazanmıştır. Bu boyutta kişiler sistem tarafından birer özneye dönüştürülürken çarpıklıkların üstü örtülmeye çalışılmamış kişiler tarafından görülmesi güç bir hale gelerek kişilerin bu çarpıklıklardan kaçışları ve sorunların kişi tarafından bastırılması sağlanmıştır. Çalışmada bu durum nevrotik ideolojinin bir ürünü olarak sunulmuştur. Günümüzde artık ideoloji nevrotik bir biçimde işlerken ve söyleme çok da ihtiyaç kalmamışken, radyo yayıncılığının da tarihi sürecinde sürekli ideolojik, ideolojilerin yapı içindeki değişen işleyişlerine bağlı olarak ve yapının genel haliyle bağlantılı değiştiği düşünüldüğünde günümüzdeki radyo yayıncılığının farklı bir biçim almaması imkânsızdır. Tarihi süreçte bu durum önce yapının üretim ilişkileri doğrultusunda değişmesi ile başlamış sonrasında ise ideolojilerin bu yapı içinde nasıl var oldukları ile alakalı olarak radyo yayıncılığının anlayışına sirayet etmiştir. Günümüzde radyolar bir eğlence makinesidir ve radyo haberlerine sistemin duyduğu ihtiyaç azalmıştır. Buna ek olarak elbette ki günümüzde yapıyla alakalı olarak günlük sıkıntılardan kurtulmak isteyen öznenin kaçışları arasından yer alan eğlence makinesinin can sıkıcı haberlerle bu kaçışı engellememesi gerekmektedir.

Son yıllarda dünya tarihini ilk haber bültenini yayınlayan radyo istasyonu KDKA bile haber yayınlarının sürelerini azaltarak gün içi haber bültenlerini saat 20.00'den sonraya atmıştır. Türkiye'de de benzer bir durum ticari radyolarda hâkimdir. Ortalama haber süresi 2 dakika ve bülten sayısı ise 5'tir. Kamu yayıncılığı yapan TRT'de de özel radyoların yayına başlamasından sonra Radyo 1 dışındaki radyoların da haber süreleri azalmıştır. Özellikle bu popüler müzik yapan ve özel radyolara alternatif olarak formatı değiştirilen Radyo 2 yani TRT FM'de çok bariz ortadadır.

Radyo artık kültür endüstrilerinin ürettiği sınaî müzik ve eğlence unsurlarına yönelmiştir. Bunun nedeni de tüm çalışmada anlatılmaya çalışılan toplumsal yapıdır. Yayınların hala ideolojik ve hala egemen güçlerin lehine yapıldığını söylerken

radylara ise tercih şansının çok fazla sunulmadığını ve yapıya göre hareket etmek zorunda olduklarını dile getirmek gereklidir. Bu, bir nevi canlı organizmaların hayatta kalmak için evre koşullarına ayak uydurma süreçlerine benzetilebilir. Toplumsal yapı; küreselleşme ve kapitalizmin üretim dinamikleri ışığında yepyeni bir hal almıştır. Kültür kavramının yerinden edildiği ve yerine egemen güçlerin bir anlamda fabrikasyon ve yapay kültürlerinin yerleştirildiği bir dünyada toplumsal anlamlar süratle değişmiş ve toplumun zihnine kültür endüstrisinin ürettiği anlamlar kazanmıştır. Kamusal gündem ise buna göre oluşan bir hal almıştır. Yukarıda da belirtildiği gibi bu bir kaçış sürecini öznelere sunarken yaşamlarının gerçeklerinden kopmalarına ve yabancılaşmalarına neden olmaktadır. Bu kaçış znelerinde içinde olmaktan haz aldıkları bir durumu işaret eder. İşte bu noktada radyoların bu yapının dışına çıkmaları neredeyse imkânsızdır ve tüm radyo yayınları bu anlayıştan ciddi şekilde etkilenir. Önceden yayınlanan birçok radyo program türü bu nedenle kaybolmuştur. Radyo haberleri ise giderek kısalımış ve değişim değerini yitirmeye başlamıştır. Bu nedenle de radyo istasyonları haber çalışanlarının sayılarını azaltmaya başlayarak haber sürelerini de kısaltmışlardır.

Tüm bu değişim sonucu olarak tarihin en önemli haber araçlarından olan radyoda artık haber eğlence unsurları arasında sıkıştırılan ve yayınlanmadığı taktirde de kimsenin farkına bile varmayacağı bir hal almıştır. Her ne olursa olsun radyo halen en çok tercih edilen kitle iletişim araçlarından birisidir. Özellikle alışan insanlar için televizyon ve internetin kullanılamayacağı alanlar için yine en hızlı haber alma aracı radyodur. Ve halen büyük kitlelere ulaşabilen bir araç olarak radyo kamu gündemini etkilemektedir. Fakat radyonun kendi gündeminde kamuya ait çok az şey vardır ve siyasi gündemden son derece uzaktır. Haberlerin başlıklar halinde verildiği bir habercilik anlayışında siyasi gündem oluşturma çabası aramakta yanlıştır. Diğer bir konuda egemen ideolojinin düşünce yapısının dışında haberler yapılamayacağı için haber süreleri uzun dahi olsa radyonun kendi gündemi her dönem maniplatifdir. Günümüzde ise kamu gündemini etkileyen radyo, kişilere müzik ve kültür endüstrisinin ürünleri hakkında konuşma fırsatı sunacak bir gündeme sahiptir. Bu gündem ile toplumun gerçeklerinden kaçışı sağlayan radyonun geçmişten daha az ideolojik olduğunu savunmak zordur.

Radyonun ideolojik işleyişinin değişme nedenlerinden biri de televizyondur. İletişim alanında çalışan birçok kişinin kabul ettiği üzere televizyon tüm gerçekliği eğlenceye dönüştürme gibi bir alt ideolojiye sahiptir ve bu süreçte en ciddi konular bile görüntüyle eğlenceli bir hale gelmektedir. Bu durumda dünyanın en yaygın kitle iletişim aracı olarak kabul gören televizyonun toplumsal anlamları inşa sürecinde eğlence anlayışını tam olarak toplumların zihinlerine kazımayı başardığı gerçeği görmezden gelinemez. Televizyonun eğlence unsurlarını yayınlamasından ziyade her şeyi eğlenceye dönüştürmesi radyonun yayın anlayışını toplumsal beklentilerin değişmesi bazında etkilemiştir. Televizyonda politika haberleri bile bir şov hatta savaş görüntüleri bile sinema filmlerinin yarattığı etkide gerçeklikten uzak ve anlaşılması güç bir haz ögesidir. Bu anlamda radyo da müzikle birlikte ya da eğlence programlarıyla televizyonun yarattığı bu haz dünyasının gerisinde kalmamak için çaba vermektedir. Nitekim hemen tüm program türleri televizyonun yarattığı eğlence dünyasının uzağında kaldığı için kaybolmuşlardır. Haber ise giderek kısalmakta ve çoğu radyo istasyonunda yayınlanmayarak bu tezi doğrulayacak bir örnek oluşturmaktadır. Radyo haberi ile televizyon haberi arasındaki en büyük farklılık televizyon haberinin görüntü ile eğlence unsuruna dönüşmesi fakat radyo haberinin radyonun eğlence dolu günlük yayınları içinde eğlenceye dönüşmemesidir. Tam tabiri ile radyo haberi tüm gün boyunca yayınlanan eğlence unsurları arasında sıkıcı bir formattır. Bu nedenle süresi giderek azalmaktadır.

Diğer bir konuda radyo haberleri ile gerçeklik yaratma konusudur ki bu da tüm yayın içinde eğlenceye dönüşemediği için kısalma durumunda kalan radyo haberinin en fazla çıkmaz yaşadığı ve ideolojik anlam üretmede zorlandığı husustur. Radyo haberlerinde gerçekliğin kurgusu bilindiği gibi ses üzerinde sağlanmaktadır. Ancak gerçekliğin istendiği gibi aktarılması için göstergelere müdahale etme lüksüne radyo sahip değildir. Televizyonda ise göstergelere görsellik sayesinde müdahale edilebilir. Gösterilen ve gösteren ilişkisine müdahale televizyonda anlamlar yaratma konusunda son derece büyük bir avantajdır. Fakat radyoda göstergelere müdahale, metinlerinin çok uzun olması ile sağlanmaktadır ki buda günümüzde mümkün değildir. Öte yandan radyo haberlerinde öykülendirme dinleyenin hayal gücü ile alakalı olup radyonun yarattığı sesli resimlerin tam anlamıyla gönderen tarafından düşünüldüğü şekilde verilmesi ise son derece profesyonel bir süreçten geçmek

durumundadır ve yine metinle aynı romanlardaki gibi tasvirlerle dolu ve uzun olmalıdır. Çünkü radyo metinleri hem gösterge bilimsel açıdan hem de öykülendirme açısından gevşek formata sahiptir ve yoruma daha açıktır.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında çıkan sonuç tarihi boyunca hep egemen güçlerin ellerinde bulunan radyonun her zaman mevcut yapının gerektirdiği şekilde ideolojik olduğudur. Günümüzde de radyo için “sadece bir eğlence aracıdır” yorumunun yapılması ve sosyal işlevlerinin görmezden gelinmesi son derece yanlıştır. Radyo en az televizyon ve internet kadar ideolojiktir ve şu anda gözden kaçacak kadar da sağlam temeller üzerinden bu görevini yerine getirmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor W. (2008). **Kültür Endüstrisi**. (Çevirenler: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Akıllıoğlu, Serpil, Aziz Aysel, Çolakoğlu, Nuri, Dağlı ,Nevzat, Görün,Nurten, Bayık, Hüdaı, Saydamer, Hilkat ve Tanık, Mihriban (1990). **TRT, Dünden Bugüne Radyo-Televizyon**. Ankara: Ajans Türk Matbaacılık.

Aksoy, Yaşar (1998). **Kalpahlı Kalkınma** (1. Baskı). Ankara: Ümit Yayıncılık.

Akşin, Sina (2001). **Ana Çizgileriyle Türkiye'nin Yakın Tarihi**. Ankara: İmaj Yayıncılık.

Altay, Derya (2005). **McLuhan**. (Editör: Nurdoğan Rigel). Kadife Karanlık. İstanbul: Su Yayınevi, 9-74.

Althusser, Louis (2003). **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. (Çeviren: Alp Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları

Altunbaş, Hüseyin (2003). **Radyo Reklamcılığı** (1. Baskı). Konya: Tablet Kitapevi.

Aziz, Aysel (1985). **Radyoda Program Yapımı**. Ankara : A. Ü. Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.

Aziz, Aysel (2002). **Radyo Yayıncılığı: Tarihçe, Program Yapımı, Röportaj Teknikleri, Türkiye'de Radyo Yayınları, Yayın İlkeleri, Program Örnekleri**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Barbier ,Frederic, Lavenır ,C.Bertho (2001). **Diderot'dan İnternete Medya**.(Çeviren: Kerem Eksen). İstanbul : Okyanus Yayın.

Barthes, Roland (2005). **Gösterge Bilimsel Serüven**. (Çevirenler: Mehmet Rıfat, Sema Rıfat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları Yayınları.

Belek, İlker (1999). **Post Kapitalist Paradigmalar**. İstanbul: Sorun Yayınları.

Birand, M.Ali, Dünder, Can ve Çaplı, Bülent (1999). **Demirkırat** (8.Baskı). İstanbul: Doğan Kitapçılık A.Ş.

Bittner, John R. (1996). **Mass Communication** (6th Edition). Massachusetts: A Simon & Schuster Company

Boyd, Andrew (2001). **Broadcast Journalism** (5th Edition). Oxford : Focal Press

Buluş, Abdülkadir (2003). **Türk İktisat Politikalarının Tarihi Temelleri**. Konya: Tablet Yayın Evi

Cankaya, Özden (2003). **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000** (1. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çavdar, Tevfik. (2008). **Türkiyenin Demokrasi Tarihi** (4. Baskı). Ankara: İmge Kitap Evi

Cavalier, J. Jacques(2004). **Medya ve İletişim Teknolojileri**. (Çeviren: Mete Çamdereli). İstanbul: Salyangoz Yayınları.

Çelebi, Nilgün (2001). **Sosyoloji Ve Metodoloji Yazıları**. Ankara: Anı Yayıncılık.

Chantler, Paul And Harris Sim (1997). **Local Radio Journalism** (2th Edition) Oxford:Focal Press.

Chomsky, Noam (2005). **Medya Denetimi**. (Çeviren: Elif Baki). İstanbul: Everest Yayınları.

Cole, Robert (1998). **International Encyclopedia Of Propaganda**. Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers.

Cubbada, M. France ve Riboreau, Guy (1998). **Radyoda Haber**. (Editör: Suat Sezgin). Radyo Teknikleri. İstanbul: Öz Ofset, 21-56.

Çakır, Hamza (2005). **Tüm Yönleriyle Radyo**. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Debord, Guy (2006). **Gösteri Toplumu** (Çevirenler: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Defleur, Melvin L. And Dennis Everete E. (2002). **Understanding Mass Communication** (7th Edition). Boston: Houghton Mifflin Company.

Dinç, Ayhan, Çankaya, Özden ve Ekici, Nail (2000). **İstanbul Radyosu**. İstanbul: Yapı Kredi yayınları.

Dominick, Joseph R. (1996). **The Dynamics Of Mass Communication** (5th Edition). Newyork: The Mcgraw Hill Companies

Duran, Ragıp (2003). **Bir Haber Medyası Olarak Radyo**. (Editör: Sevdal Alankuş). Radyo ve Radyoculuk. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 105-124.

Dursun, Çiler (2001). **TV Haberlerinde İdeoloji**. Ankara: İmge Kitap Evi

Eaton, John(2000). **Ekonomi Politik**. İstanbul: Bilim ve Sosyalizm Yayınları

Eagleton, Terry (2005). **İdeoloji**. (Çeviren: Muttalip Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Emery, Michael and Emery, Edwin (1996). **The Press And America** (8th Edition). Needham Height: A Simon & Schuster Company.

Er, Turgut (2003). **Türkiye’de Basın Yayın ve Tanıtma**. Ankara: Ümit Yayıncılık

Erdoğan, İrfan (2006). **Popüler Kültürde Gasp Ve Popülerin Gayri Meşruluğu**. Doğu Batı, (Sayı 15),67-98.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (2005). **Öteki Kuram** (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınları

Erdoğan, İrfan (1997). **İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş**. Ankara: İmge Kitapevi.

Esslin, Martin (2001). **Televizyon Çağı** (Çeviren: belirtilmemiştir.). İstanbul: Pınar Yayınları .

Foucault, Michel (1995). **Bu Bir Pipo Değildir**. (Çeviren: Selahattin Hilav). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Fromm, Eric (1996). **Çağdaş Toplumların Geleceği**. (Çevirenler: Gülnur Kaya-Kaan Ökten). İstanbul: ,Arıtan Yayınevi.

Fromm, Eric (1999). **Özgürlükten Kaçış**. (Çeviren: Selçuk Budak). Ankara: Öteki Matbaası.

Gage, Linda (1999). **A Guide To Commercial Radio Journalism**(2th Edition). Oxford : Focal Press.

Gülizar, Jülide (1995). **TRT Meydan Savaşları** (1. Baskı). Ankara: Ümit Yayıncılık

Güngör,Nafize (1999). **Popüler Kültür Ve İktidar**. Ankara: Vadi Yayınları.

Habermas, Jurgen (2007). **Kamusalığın Yapısal Dönüşümü**. (Çevirenler: Tanıl Bora ve Mithat Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.

Habermas, Jorgen (2001). **İletişimsel Eylem Kuramı**. (Çeviren: Mustafa Tüzel). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Hall, Stuart (1997). **İdeoloji ve İletişim Kuramı**. (Editör: Süleyman İrvan). Medya Kültür Siyaset. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 77-98.

Hall, Stuart (2005). **İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulananın Geri Dönüşü**. (Editör: Mehmet Küçük). Medya,İktidar, İdeoloji. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 73-122.

Hardt, Hanno (2005). **Eleştirelin Geri Dönüşü Ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar Ve Amerikan Kitle İletişimi**. (Editör: Mehmet Küçük). Medya,İktidar, İdeoloji. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları,16-72.

İnal , M.Ayşe (1996). **Haberi okumak** (1. Baskı). İstanbul: Temuçin Yayınları

Jeanneney, J.noel (2009). **Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi**. (Çeviren: Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Jessop, Bob (2005). **Kapitalist Devlete Dair Yeni Kuramlar**. (Editörler: Betül Yazar ve Alev Özkazanç). Hegomanya Post-Fordizm ve Küreselleşme Ekseninde Kapitalist Devlet. İstanbul: İletişim Yayıncılık, 35-72.

Jonwett, S. Carth ve O'Donnell, Victoria (1999). **Propaganda And Persuasion** (3th Edition). California: Sage Publications.

Kalbfeld, Brad (2001). **Broadcast News Handbook**. New York: The Associated Press

Kaptan, Ali (2002). **1927'den Günümüze Anılarla Radyo- Televizyon**. İstanbul:T.C. Maltepe Üniversitesi Yayınları.

Kazgan,Gülten (2002). **Küreselleşme ve Ulus Devlet** (2. Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kazgan,Gülten(1999). **Tanzimattan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi** (2. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Keith, Michael C. (2000). **The Radio Station** (5th Edition). Boston: Focal Press

Kejanlıoğlu, D.Beybin (2005). **Frankfurt Okulunun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim Ve Medya**. Ankara: Bilim ve Sanat yayınları.

Kelly, Mary, Manzoleni, Gianpietro and McQuail, Denis (2004). **The Media In Europe** (3th Edition). California: Sage Publications.

Kızılçelik, Sezgin (1992). **Sosyoloji Teorileri**. Konya: Emre Yayınevi

Kocabaşoğlu, Uygur (1980). **Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna**. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Köklü, Nilgün ve Büyüköztürk, Şener (2000). **İstatistiğe Giriş**. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Kuruoğlu Huriye (2002). **Radyoda Yayın Yapım ve Türler**. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Leledakis, Kanakis(2000). **Toplum ve Bilinçdışı**. (Çeviren: Abdullah Yılmaz). İstanbul:Ayrıntı Yayınları.

Lundby, Knut ve Ronning, Helge (1997). **Medya Kùltür İletişim**. (Editör: Süleyman İrvan). Medya Kùltür Siyaset. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 11-28

Mandel, Ernest (1995). **İkinci Dünya Savaşının Anlamı**. (Çeviren: Bùlent Tanatar). İstanbul: Yazın Yayıncılık.

Marcuse, Herbert (1968). **Tek Boyutlu İnsan**. (Çeviren:Seçkin Çağan). İstanbul: May Yayınları.

Mardin, Şerif (2000). **İdeoloji** . İstanbul : İletişim Yayınları.

Marks, Karl (2003). **Kapital Birinci Cild**. (Çeviren: Alaattin Bilgi). İstanbul: Eriş Yayınları.

Marks, Karl (2003). **Kapital İkinci Cild**. (Çeviren: Alaattin Bilgi). İstanbul: Eriş Yayınları.

Marx, Karl ve Engels Friedrich (2004). **Bilgi Kuramı**. (Editör: Mehmet Türdeş). Felsefe Üzerine. İstanbul: Morpa Kùltür Yayınları,125-152.

McCombs, Maxwell E. Ve Shaw Donald L. (2008). **Kitle İletişimin Gündem Belirleyici İşlevi**. (Editör: Cem Yaşın). Gündem Belirleme Kuram ve Araştırmaları. Ankara: Yargı Yayınevi, 127-138.

Mcleish, Robert (1999). **Radio Production** (4th edition). Oxford :Focal Press.

McQuail, Denis ve Windahl, Sven (1996). **İletişim Modelleri**(Çevirenler: Banu Dağtaş ve Uğur Demiray). Eskişehir: Eğitim Sağlık Ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

Modleski, Tania (1998). **Eğlence İncelemeleri**. (Çeviren: Nurdan Gürbilek). İstanbul: Metis Yayınları.

Murduck, Graham (2005). **İletişim Modernlik ve İnsan Bilimleri**. (Editör: Mehmet Küçük). Medya,İktidar, İdeoloji. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 413-429.

Mutlu, Erol (2006). **Popüler Kültürü Eleştirmek**. Doğu Batı,(Sayı 15),11-42

Mutlu, Erol (1998). **İletişim Sözlüğü** (3. Baskı). Ankara: Cantekin Matbaacılık.

Neuman, E. Noelle (1997). **Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı**. (Editör: Süleyman İrvan). Medya Kültür Siyaset. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 221-254.

Norberg, Eric G. (1996). **Radio Programing Tactics And Strategy**. Newton: Focal Press.

Ong, Walter J. (2007). **Sözlü ve Yazılı Kültür**. (Çeviren: Sema Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis yayınları.

Oskay Ünsal (1999). **Çağdaş Fantazya** . İstanbul: Der yayınları.

Oskay Ünsal (2000). **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**. İstanbul: Der yayınları.

Oskay Ünsal (2001). **Müzik ve Yabancılaşma**. İstanbul : Der yayınları

Oskay, Ünsal (1971). **Toplumsal Gelişimde Radyo Ve Televizyon**. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Parsa, A. Fatoş ve Parsa, Seyide (2002). **Gösterge Bilim Çözümlemeleri**. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.

Pekman, Cem (1997). **Televizyonda Özelleşme**. İstanbul: Beta Yayınları

Postman, Neil (2004). **Televizyon Öldüren Eğlence** (Çeviren: Osman Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Poyraz, Bedriye (2002). **Haber Ve Haber Programlarında İdeoloji Ve Gerçeklik** (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınları.

RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu). (Şubat 2007). **Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması**. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

Sarmaşık, Jale (2000). **Türkiye’de Radyo Televizyon Düzeni**. İstanbul: Safa Tanıtım Ve Matbaacılık.

Sartori, Giovanni (2004). **Görmenin İktidarı**. (Çeviren: Gül Batuş ve Bahar Ulukan). İstanbul: Karakutu Yayınları.

Sarup, Madan (2004). **Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm**. (Çeviren: Abdülbaki Güçlü).

Schroeder, Ralph (1996). **Max Weber Ve Kültür Sosyolojisi**. (Çeviren: Mehmet Küçük). Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.

Shoemaker, Pamela ve Reese, Stephen D. (1997). **İdeolojinin Medya Üzerindeki Etkisi**. (Editör: Süleyman İrvan). Medya Kültür Siyaset. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 99-136.

Sholle, David J. (2005). **Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar /Bilgiye**. (Editör: Mehmet Küçük). Medya,İktidar, İdeoloji. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 255-294.

Storey, John (2000). **Popüler Kültür Çalışmaları Kuram ve Metotlar**. (Çeviren: Koray Karaşahin). İstanbul: Babil Yayınları.

Susman, Gerald (1997). **Communication, Technology And Politics In The Information Age**. California: Sage Publications.

Tekinalp,Şermin ve Uzun, Ruhdan (2006). **İletişim Araştırma ve Kuramları** (İkinci Baskı). İstanbul: Beta Basım.

Terkan; Banu (2005). **Gündem Belirme** (1. Baskı). Konya: Tablet Kitap Evi.

Tokgöz, Oya (1994). **Temel Gazetecilik** (3. Baskı). Ankara: İmge Kitap Evi.

Topuz Hıfzı (2003). **Türk Basın Tarihi** (2. Baskı). İstanbul: Remzi Kitapevi.

Törenli, Nurcan (2005). **Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı** (1. Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1971). **1971 Yılı Faaliyet Raporu**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1973). **1972 Yılı Faaliyet ve Mali Bünye Raporu**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1976). **1976 Yılı Faaliyet ve Bünye Raporu**. Ankara: TRT Genel Sekreterlik Basılı yayınlar ve Kitaplık Müdürlüğü Yayınları.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1981). **1981 Yılı Faaliyet ve Bünye Raporu**. Ankara: TRT Genel Sekreterlik Basılı yayınlar ve Kitaplık Müdürlüğü Yayınları.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1991). **1992 Yılı Söz ve Müzik Programları Yapımı ve Uygulama Talimatı**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (1994). **1995 Yılı Söz ve Müzik Programları Yapımı ve Uygulama Talimatı**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (2004). **2005 Yılı Radyo Programları Yapım ve Uygulama Talimatı**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (2005). **2004Yılı Faaliyet Raporu**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (2007). **2007 Yılı Faaliyet Raporu**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). (2009). **2009 Yılı Radyo Programları Yayın Talimatı**. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.

Üşür, S. Sancar (1997). **İdeolojinin Serüveni** (1. Baskı). Ankara :İmge Kitapevi Yayınları.

Vivian John(1999). **The Medio Of Mass Communication** (5th Edition). Needham: A Viacom Company.

Vural, Sacide (1986). **Radyo Televizyon Kurumlarında Yönetim ve Türkiye'deki Uygulama**. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yaşın, Cem (2008). **Gündem Belirleme Ve Kuram Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi**. (Editör: Cem Yaşın). Gündem Belirleme Kuram ve Araştırmaları. Ankara: Yargı Yayınevi, 1-54.

Yaylagül, Levent (2008). **Kitle İletişim Kuramları** (2. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.

Yüksel, Erkan (2001). **Medyanın Gündem Belirleme Gücü** (1. Baskı). Konya: Çizgi Kitapevi.

Zizek, Slovoj (2002). **İdeolojinin Yüce nesnesi**. (Çeviren: Tuncay Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.

İNTERNET SİTELERİ

BBC (British Broadcasting Company). **History Of The BBC.**
www.bbc.co.uk/heritage/story/index.shtml, Erişim Tarihi: 19.05.2009.

RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu).(Ekim 2007). **2008 Yılı Tahmini Bütçesi Ve 2006 Yılı Kesin Hesabı İle 2007 Yılı Faaliyetleri Hakkında Rapor.**
www.rtuk.org.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx, Erişim Tarihi: 05.05.2009,

GÖRÜŞMELER

Akkaya, Muhammet.,- Radyo Koordinatörü- **“Radyo Vatan’ daki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme,** 9 Haziran 2009, Saat 14.10-15.20.

Aksu, Nehir.,- Doğan Yayın Holding Radyoları Haber Sorumlusu- **“Doğan Yayın Holding Bünyesindeki Radyoların Haber Bültenleri ve Grubun Radyolarının Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme,** 11 Haziran 2009, Saat 13.15-13.35.

Alemdar, Yüksel.,- Show Radyo Sorumlusu- **“Show Radyo Ve Grubun Diğer Radyo İstasyonlarının Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme,** 04 Haziran 2009, Saat 10.05-10.20.

Arslan, İlknur.,- Dünya Radyo Haber Sorumlusu- **“Dünya Radyo’daki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme,** 1 Temmuz 2009,14.10-15.20.

Baş, İpek.,- Spectrum Media Haber Spikeri- **“Spektrum Medya Bünyesindeki Radyoların Haber Bültenleri ve Grubun Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme,** 10 Temmuz 2009, Saat 15.25-15.45.

Çakır, Gürdal., -İstanbul FM Genel Yayın Koordinatörü- **“İstanbul FM’deki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 2 Haziran 2009, Saat 13.45-14.00.

İsmailoğlu, Güler.,- Pal FM Yetkilisi **“Pal FM ve Grubun Diğer Radyolarındaki Haber Bültenleri ve Haber Merkezileri” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 2 Haziran 2009, Saat 15.20-15.30.

Karakoç, Arzu.,- Power Grup Radyoları Haber Editörü, Sunucusu ve Sorumlusu- **“Power Grup Bünyesindeki Radyoların Haber Bültenleri ve Grubun Radyolarının Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 11 Haziran 2009, Saat 16.40-17.00

Kılıç, Safiye.,- Doğu Grubu Radyoları Haber Spikeri- **“Doğu Medya Bünyesindeki Radyoların Haber Bültenleri ve Grubun Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 11 Temmuz 2009, Saat 13.35-13.55.

Kulak, Arzu.,- Best Medya Yetkilisi- **“Best Medya Radyolarındaki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 02 Haziran 2009, Saat 14.25-14.35.

Önay Nilgün.,- Radyo Mydonese Haber Sorumlusu- **“Radyo Mydonese ve grubun Diğer Radyo İstasyonların Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 04 Haziran 2009, Saat 09.25-09.40.

Püsküllü, Serhat.,- Saran Medya Grup Radyoları Yetkilisi- **“Saran Medya Grup Radyolarının Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 03 Haziran 2009, Saat 11.15-11.35.

Sarp, Kural.,- Alem FM Yetkilisi- **“Alem FM Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 02 Haziran 2009, Saat 16.05-14.15.

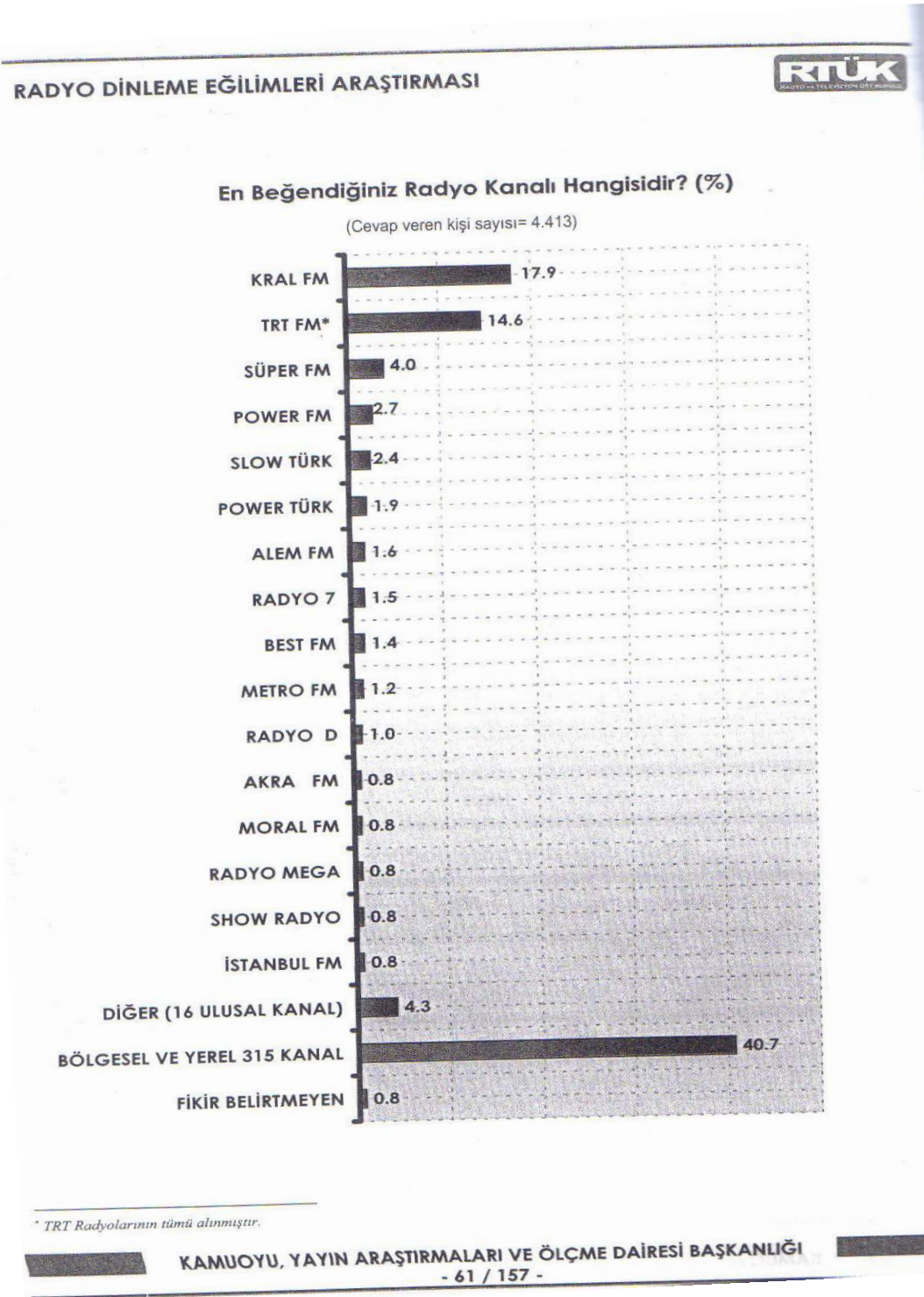
Soyöz, Ahmet.,- Kral FM Haber Sorumlusu- **“Kral FM’deki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 9 Temmuz 2009,15.10-15.20.

Yılmaz Ayşegül.,- One Medya Sponsor Sorumlusu- **“One Medya Radyolarının Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 04 Haziran 2009, Saat 15.25-15.35.

Zeren, Aysu.,- Turkuvaz Radyo Haber Sorumlusu- **“Turkuvaz Radyo’ daki Haber Bültenleri ve Haber Merkezi” Konulu Telefonla Yapılan Görüşme**, 24 Haziran 2009, Saat 17.10-17.25.

EKLER

Ek 1. RTÜK 2007 Yılı Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması “En Beğenilen Radyo İstasyonu” Tablosu





T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Özgeçmiş

Adı Soyadı:	Selçuk ULUTAŞ	İmza:	
Doğum Yeri:	Ankara		
Doğum Tarihi:	08.01.1980		
Medeni Durumu:	Bekar		
Öğrenim Durumu			
Derece	Okulun Adı	Program	Yıl
İlköğretim	Barbaros İlk Okulu		Konya
Ortaöğretim	Karma Orta Okulu		Konya
Lise	Konya Lisesi		Konya
Lisans	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	Gazetecilik	Konya
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens.	Radyo Televizyon Ana Bilim dalı	Konya
Becerileri:	İleri Düzey İng. Kurgu Programları		
İlgi Alanları:	Müzik Bilgisayar		
İş Deneyimi:	Santa Farma İlaç Firması Tıbbi Mümessil (2004-2008) Radyo Üniversite (2008..)		
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. Mete Kazaz Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Hasret Aktaş		
Tel:	0.533.3327277		
Adres	Sivashlı Ali Kemal Cad. Melihşah Mah. No 16/1 Meram KONYA		