

**T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE İÇERİK:
KONYA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Doç. Dr. Mustafa ŞEKER**

**HAZIRLAYAN
Selman Selim AKYÜZ
034222001005**

KONYA - 2010

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	1
2. AMAÇ.....	2
3. ÖNEM.....	2
4. ARAŞTIRMA SORULARI.....	3
5. SINIRLILIKLAR.....	4
6. YÖNTEM.....	4
7. ÖRNEKLEM.....	5
8. VERİLERİN TOPLANMASI.....	5
9. KAPSAM.....	5
10. TANIMLAR.....	6

BİRİNCİ BÖLÜM

HABERE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR VE TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

1. HABER KAVRAMI VE TANIMLAR.....	8
1.1. Haber Değerleri.....	9
1.2. Haber ve Televizyon Haberine Eleştirel Yaklaşımlar.....	13
1.3. Habercilik İlkeleri.....	18
2. TELEVİZYON HABERİ VE DÜNYADA GELİŞİMİ.....	19
3. TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ GELİŞİMİ... 21	
3.1. Türkiye’de Televizyon Haberciliği.....	22
3.2. Türkiye’de Medya Sistemi.....	26
4. TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN İŞLEV VE ÖZELLİKLERİ.....	28
4.1. Haberde ve Habercide Bulunması Gereken Özellikler.....	34

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE HABER VERME İŞLEVİ

1. YERELLİK KAVRAMI VE KÜRESEL YAYINCILIKTAN

YERELE YÖNELİŞ..... 37

2. YEREL MEDYANIN ÖNEMİ VE TÜRKİYE’DE

YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİ..... 41

2.1. Yerel ve Ulusal Haberin Farkları.....50

3. YEREL MEDYANIN GÖREV VE İŞLEVLERİ.....53

3.1. Haber ve Bilgi Verme İşlevi..... 57

3.2. Demokrasiye Katkı İşlevi..... 59

3.3. Denetim, Eleştiri ve Köprü İşlevi..... 63

3.4. Kamuoyu ve Tartışma Zemini Oluşturma Görevi..... 66

3.5. Eğitme ve Eğlendirme Görevi.....69

3.6. Kültürel Mirasın Korunmasına Katkı görevi73

3.7. Ekonomik Hayata Katkı Görevi.....75

4. YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİNE GENEL BAKIŞ.....77

4.1. Yerel Televizyonda Haber Türleri..... 83

4.1.1. Politika Haberleri..... 84

4.1.2. Ekonomi Haberleri 84

4.1.3. Sivil Toplum Haberleri..... 85

4.1.4. Magazin Haberleri..... 85

4.1.5. Eğitim - Araştırma Haberleri..... 85

4.1.6. Adliye – Güvenlik Haberleri..... 86

4.1.7. Kültür – Sanat Haberleri..... 86

4.1.8. Spor haberleri..... 86

4.1.9. Belediye ve Valilik Haberleri.....	87
4.1.10. Çevre ve Sağlık Haberleri.....	87
4.1.11. Kamu Haberleri.....	88
5. YEREL MEDYANIN HEDEF KİTLESİ	
VE HABER KAYNAKLARI.....	88
5.1. Yurttaş Haberciliği.....	94

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONYA'DA YEREL BASIN VE TELEVİZYONLAR

1. KONYA ŞEHİR PROFİLİ.....	98
2. KONYA'DA YEREL BASININ TARİHİ VE GELİŞİMİ.....	98
3. KONYA'DA YEREL TELEVİZYONLAR.....	100
3.1. KONTV.....	101
3.2. ÜNTV.....	103
3.3. SUNTV.....	104
3.4. KTV.....	105
3.5. KONYA TV.....	106
4. YEREL TELEVİZYONLARIN SORUNLARI.....	106
4.1. Ekonomik Sorunlar ve Gelir Kaynakları.....	109
4.2. Profesyonel Kadro Sorunu.....	113
4.3. Teknolojik Donanım ve Alt yapı.....	116
4.4. Yönetim ve Örgütsel Yapılanma.....	118
4.5. Hukuki Sorunlar.....	120

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KONYA’DA YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLARIN ANA HABER BÜLTENLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

1. VERİLERİN ÇÖZÜMÜ VE YORUMLANMASI.....	126
1.1. Haber Bülteni ve Haber Süreleri.....	128
2. Kanalların Haber Sayıları.....	129
3. Haber Kaynaklarının Kanallara Göre Dağılımı.....	130
3.1. Birincil kaynak açıklamaları.....	130
3.2. Kanalın kendi özel haberi.....	130
3.3. Ajans Haberi.....	131
3.4. Kaynak belirtilmeyen haberler.....	131
3.5. Diğer.....	131
4. Haber Türlerinin Kanallara Göre Dağılımı.....	132
4.1. Yerel haberler.....	132
4.2. Ulusal haberler ve Dünya haberleri.....	133
5. Haber Konularının Kanallara Göre Dağılımı.....	133
5.1. Güvenlik haberleri.....	134
5.2. Yerel yönetim haberleri.....	134
5.3. Sivil toplum haberleri.....	134
5.4. Ekonomi haberleri.....	135
5.5. Magazin haberleri.....	135
5.6. Kentin ve vatandaşın sorunları.....	135
5.7. Çevre ve sağlık haberleri.....	135
5.8. Siyaset haberleri.....	135
5.9. Eğitim haberleri.....	136

5.10. Kùltür – sanat haberleri.....	136
5.11. Tarım haberleri.....	136
5.12. Diğer.....	136
6. Siyasi Parti Haberlerinin Kanallara Göre Dağılımı.....	138
6.1. AKP haberleri.....	138
6.2. CHP haberleri.....	138
6.3. MHP haberleri.....	139
6.4. DSP haberleri.....	139
6.5. Diğer.....	139
7. Haberin Hazırlanışına Göre Yapılan Sınıflandırmanın Kanallara Göre Dağılımı.....	140
8. Bùlten Dışı Unsurların Kanallara Göre Dağılımı.....	141
9. Yerel Televizyonların Haber Merkezi Personel Sayıları.....	142
SONUÇ VE DEğERLENDİRME.....	144
KAYNAKÇA.....	155
EKLER.....	162
TABLolar LİSTESİ	
Tablo: 1 - İçerik Analizi Kodlama Formu.....	127
Tablo: 2 - Bùlten ve Haber Sùreleri.....	128
Tablo: 3 - Bùltenlerdeki Haber Sayıları.....	129
Tablo: 4 – Haber Kaynakları.....	130
Tablo: 5 – Haber Tùrleri	132
Tablo: 6 – Haber Konuları.....	134
Tablo: 7 – Siyasi Parti Haberleri.....	138
Tablo: 8 – Haberin Hazırlanış Şekli.....	140

Tablo: 9 – Bülten Dışı Unsurlar.....	141
Tablo: 10 - Haber Personeli Sayıları.....	142

ÖZET

YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE İÇERİK:

KONYA ÖRNEĞİ

Toplumlara bilgi ve haber aktaran, bir hedef etrafında birleşmelerini sağlayan, kamuoyu oluşturmada etkin ve sosyalleşmelerine yardımcı olan kitle iletişim araçları arasında televizyon farklı bir yerde durmaktadır. Dünyada hemen her bireyin televizyona kolayca sahip olabilmesi, mesajlarını çok geniş kitlelere ulaştıran televizyonu büyük bir güç haline getirmektedir.

Televizyonun genel sorunlara odaklanması, tek düze yayıncılık anlayışı, ortak tüketim kültürünün oluşmasına etkisi, yerelliklerin kaybolması, kültürün yozlaşması gibi eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Buna karşın yerel televizyonlar, yaygın yayın yapan televizyonlara alternatif olarak görülmektedir.

Türkiye’de de 1990’lı yılların başında kurulan özel televizyonlarla birlikte yerel televizyonlar da yayın hayatına başlamıştır. Ulusal olarak nitelendirilen ve ülkenin büyük bölümüne yayın yapan televizyon kanallarının yereli ne kadar ekrana taşıdığı tartışılmaktadır. Bu kanallar büyük ekonomik imkanlarla yayıncılıklarını geliştirirken Türkiye’de yerel televizyonlar kaliteli yayıncılık yapamamakta, buna bağlı olarak, topluma karşı yerine getirmesi gereken görevleri yeterince yapamamaktadır. Birçok televizyonun yayınlarını zor şartlar altında, yetersiz ekonomik imkanlar ve personel sorunlarıyla sürdürmeye çalıştığı görülmektedir. Türkiye’de yayın hayatını sürdüren 200’ün üzerindeki yerel kanalın sorunları genel olarak benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmada Konya’da yayın yapan 5 yerel televizyonun haber verme işlevi bağlamında; demokrasiye katkı, yönetimlerin denetim ve eleştirisi, sorunların aktarılmasında köprü olma gibi en temel görevlerini ne ölçüde yerine getirdiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar yorumlandığında, Konya'daki yerel televizyonların genel olarak şehirde yaşanan gelişmeleri izleyiciye aktardığı, Türkiye ve Dünya haberleri yerine büyük ölçüde yerel haberler yayınladığı, güvenlik olayları, siyaset, eğitim ve kültür sanat haberlerine ağırlık verdiği belirlenmektedir.

Buna karşın araştırmaya dayalı haberlere yeterince önem verilmediğı, şehrin ve mahallelerde yaşayan halkın yerel sorunlarının haber bültenlerinde yer bulmadığı, yerel yönetimlerin faaliyetlerinin denetlenmesine yönelik haberler ile sivil toplum kuruluşlarının aktivitelerine yeterince verilmediğı görölmektedir. Özellikle yerel yönetimler ve siyaset ile ilgili ortaya çıkan negatif tablo, televizyonların genel sorunlarının (ekonomi, kalifiye personel, teknolojik donanım) yanı sıra, demokrasi ve basın özgürlüğüyle ilgili sorunları da akla getirmektedir.

Konya'daki yerel televizyonlar insanlara yakın olanı ekrana taşımakta ancak demokrasinin tam anlamıyla yerleşmesi, yönetenlerin denetlenmesi ve kamuoyu oluşturma gibi konularda, yerel kanalların haber yayını anlayışlarını geliştirmesi gerekmektedir.

ABSTRACT

THE CONTENT OF THE NEWS OF THE LOCAL TELEVISIONS:

FOR EXAMPLE KONYA

Television takes place in different positions among the communication devices that give information and news. These devices keep these news and information one target in addition to that, these devices are active in providing public opinion and they make people social. Television become strong as everybody has it easily.

Television focused on general problems. It brought thoughts of monotony broadcasting effect of consisting of co consumption culture, disappearing localization, degeneration of culture. On the contrary local televisions are seen alternative to the worldwide televisions. In Turkey local televisions started to broadcasting with private televisions at the beginning of the 1990s.

It's argued that televisions that are known national do they broadcast almost everywhere of the country, how does it reflect local. These TVs have a lot of money, they improve their broadcasting. On the other hand local televisions can't broadcast well and they can't their duties related the society. It's seen that a lot of local televisions try to broadcast under difficult condition with insufficient economic resources and stuff problems. Local TVs over 200 in Turkey have same problem.

In this work It is tried to be shown how five channels work in the context of giving information, how they help democracy, how they transfer control and critics of the managements, how they transferred problems.

When the consequences of the investigations are commented, It's known that local televisions in Konya, transfer the events that take place in Konya to audiences. It's understood that local televisions in Konya usually give importance to give local news instead of news of Turkey and news of world. Besides that they give importance to security event, politics, education, culture and art news.

On the other hand It's seen that the local TVs don't give importance to investigated information. The problems of the city and people are not shown in the

news. Also they don't give importance to the news related to the control of the local managements and activities of civil organizations. Especially negative chart related to local managements and politics reminds general problems of the televisions (such as economic, staff, technological devices), the problems related to democracy and the freedom of press.

However local TVs in Konya shows the events that are close to people but they should improve their news and broadcasting habits in order to replace democracy completely control managers and public opinions.

GİRİŞ

Basının toplumsal hayattaki yeri düşünülüğünde, yerindenlik ilkesi iletişim süreçlerinde daha da önem kazanmıştır. Dünyada yerel medya, yerel demokrasinin gelişmesi, halkın yöresiyle ilgili bilgi ve habere ulaşması, kültürü öğrenmesi açısından önemli işlevleri yerine getirmektedir. İnsanlar yakın çevresine ilgi duyarken, etrafında yaşananları, olup bitenleri öğrenme, yerel gündemi oluşturan konuları takip edebilme, sorunlarla ilgili kanaat sahibi olabilmeyi istemektedir. Büyük medya kuruluşlarının sermaye yapıları ve değişen habercilik anlayışları da değerlendirildiğinde, insanlara yakın olanı verme görevini yerine getirmekten uzaklaşması; yerel medya ve yerel televizyonların alternatif iletişim araçları olarak da değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir.

Türkiye’de ulusal medyaya oranla gelişme gösteremeyen yerel medyanın, önemli sorunları bulunmaktadır. Vural, Türkiye’de, yetersiz, niteliksiz ve güçsüz, bu nedenle yerel gündemi ve kamuoyunu oluşturmada etkili olamayan bir yerel basın varlığının söz konusu olduğunu belirtmektedir (Vural, 1999: 11).

Türkiye’de yerel televizyonlar son yıllarda belirli atılımlar gerçekleştirse de yaşanan sorunlar doğrultusunda görevini tam anlamıyla yerine getiremeyen bir yapıda yayınlarını sürdürmektedir. Gelir kaynakları, örgütsel yapılanma ve yasal sorunların oluşturduğu yapısal sorunların yanı sıra, yerel televizyonlar yayın içeriklerini de bir türlü istenen düzeye taşıyamamaktadır. Yerel yayın kuruluşları, “yetersiz ve niteliksiz” oluşları nedeniyle görevlerini yerine getiremezken, en büyük sorun yerel gündemin ve kamuoyunun oluşturulamamasında ortaya çıkmaktadır.

Yerel televizyon kanallarıyla ilgili, Türkiye’de yapılan çalışmaların sınırlı oluşu, yerel medyanın genel durumuyla ilgili net verilerin elde edilememesine neden olmaktadır. Şehir gündeminin oluşması, demokrasinin işlerlik kazanması, sorunların çözümü gibi konularda yerel televizyonların da ne derece etkin olduğu Konya’da da tahmin ve gözlemlere dayalı olarak ifade edilebilmektedir.

Bu çalışma; Konya’daki yerel televizyonların haber verme işlevini ne ölçüde yerine getirdiğini, bu bağlamda yerel halkın iletişim ihtiyaçlarını ne kadar

karşıladığını, demokrasinin devamlılığı, kültürel mirasın aktarılması ve sorunların çözümündeki yeri gibi temel görevlerini hangi şartlarda yaptığını irdelemektedir.

1. AMAÇ

Sosyal hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak nitelendirilen medyanın kendisi de ülkemizde büyük bir değişim içerisinde. Türkiye’de medyanın sosyal işlevleri arasında ilk sırada yer alan haber verme işlevi, 1990’lı yıllardan itibaren önemli aşamalar kaydetmiştir. Özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlamasıyla birlikte toplum, devlet televizyonundan aldığı haberlerde önemli değişikliklerle karşı karşıya kalmıştır. Haber formatları değişmiş, özel sektörün imkanları doğrultusunda habere kolay ulaşma, derinlemesine araştırma ve beraberinde izlenme kaygısıyla magazine yönelme unsurları da televizyon haberciliğinde yerini almakta gecikmemiştir. Ulusal yayın yapan özel televizyonlarla birlikte Anadolu’da kurulan yerel televizyon kanalları televizyonun farklı bir işlevini yerine getirme amacıyla yayın yapmaya başlamışlardır. İnsanların yerel olana ulaşma isteği, kendisine yakın olanı bilme, tanıma isteği, yerelde demokrasiye ulaşma çabası, yerel televizyon kanallarının gelişiminde önemli itici güç olmuştur.

Ulusal ile yerel arasındaki farklılıklar da bu dönemde kendisini hissettirmeye başlamıştır. Öncelikle arkasında önemli güçler olan, ülkenin genel hayatı ve politikasını konu edinen ulusal televizyonlar ile yereli işleyen kanallar arasında doğal olarak maddi açıdan imkan farklılıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca verilen haberin içeriği, teknik özellikler ve kaynak problemi yaygın medya ile aradaki farklardan göze çarpan diğerleridir. Bu çalışmada yerel televizyonların haber kaynakları, haber konuları, haber içerikleri, konulardaki sınırları ve özellikle yerel olanı ne ölçüde yakaladıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

3. ÖNEM

Dünyada olduğu gibi Türk medyasında da televizyon, aracın görsel ve işitsel çekiciliği sayesinde temel medya konumunu kazanmıştır. Televizyon alıcılarının bütün evlere girmesi, 1983 yılından itibaren renkli yayınların başlaması ve nihayet

1990’da özel televizyon kanallarının yayına geçmesiyle birlikte Türk halkı git gide televizyona bağımlı hale gelmiştir. Bu bağlamda televizyonun birincil görevlerinden olan haber verme, ulaştığı boyutlar itibariyle üzerinde önemle durulması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de bugüne kadar haberin irdelenmesine yönelik çalışmalar, ağırlıklı olarak, ulusal televizyonlar çerçevesinde yapılmıştır. Televizyon haberciliğinde önemli bir parça olan yerel kanalların haber verme işlevi ve içerik sorunu üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Coğrafi, bölgesel ve kültürel özellikler göz önünde bulundurularak yerel yayınlar ve haberlerin incelemeye alınması gerekmektedir. Türkiye’de yerel televizyon haberciliği konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olması; çalışmanın, yerel yayıncılıkta var olanı ortaya koyması ve haberciliğin gelişmesi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

4. ARAŞTIRMA SORULARI

Bu çalışmada aşağıda belirtilen şu soruların cevapları araştırılmıştır:

- Konya’daki Yerel televizyon kanalları, ulusal televizyon kanallarından farklı olarak, yerel haberlere, şehir ve bölgedeki gelişmelere verdiği ağırlık ne orandadır?
- Yerel televizyonların haber konuları arasında güvenlik (cinayet, kaza, hırsızlık, operasyonlar vb.) ve yerel yönetimlerin çalışmaları ne kadar yer tutmaktadır?
- Sivil toplum kuruluşları ve meslek odalarının (sendika, dernek, vakıf vb. kuruluşların çevre, sağlık, kültür ve sanat konularında) etkinlikleri önemli haber konuları arasındadır.
- Yerel televizyonların haber kaynakları arasında birincil kaynak açıklamaları ve ajans haberlerinin ağırlığı nedir?
- Siyasi partilerin etkinlikleri ayrılan haberlerin sayılarında eşitsizlik var mıdır?
- Araştırmacı habercilik (yolsuzluk, usulsüzlük vb) örneklerine çok ne sıklıkta rastlanmaktadır.

▪ Konya’da halkın mahallelerde yaşadığı sorunları gündeme getiren ve özellikle belediye hizmetlerindeki sorunları yansıtan haberlere yeterince yer verilmekte midir?

▪ Haber bültenlerinde ekonomi haberlerine ne kadar yer verilmektedir?

▪ Magazin haberleri şehre gelen ünlülerin katıldığı etkinlikler ve röportajlar dışında hangi şekillerde yer bulmaktadır?

▪ Haber adı altında yapılan örtülü reklamlar, firma tanıtımları, açılışlar gibi reklam haberleri ana haber bültenlerinde hangi ölçüde yer almaktadır?

5. SINIRLILIKLAR

Kitle iletişim araçlarının çeşitlilik göstermesi ve konu itibariyle yerel televizyonların haber verme işlevi bağlamında içerikleri inceleneceği için bu çalışma Konya merkezli yayın yapan 5 kanal üzerinde yapılmıştır. Bu yönde bir seçim yapılmasının nedeni Konya’da gerek yazılı basın gerekse işitsel ve görsel yayın yapan kanalların Anadolu’daki diğer şehirlere nazaran daha gelişmiş bir görüntü sergilemesidir. Habere verilen değer, yerel televizyonların diğer işlevleri arasında Konya’daki kuruluşlarda daha ön planda tutulmaktadır.

Ana haber bültenlerinin içinde yer alan reklam kuşağı, hava durumu, ekonomi, yorum bölümü ve spor haberleri çalışma dışında tutulmuştur. Çalışmanın hazırlandığı dönemin hemen öncesinde 2009 yılı yerel seçimleri yapılmıştır. Örnekleme, siyasi gündemin yoğun olduğu seçim öncesi yerine, sağlıklı sonuç alınabilmesi için seçimin sona ermesinin ardından gündemin normal seyrine döndüğü bir haftalık dönem alınmıştır.

6. YÖNTEM

Çalışmanın teorik bölümünde; haber, televizyon haberi ve yerel televizyon haberi konuları literatür taramasından yararlanılarak aktarılmıştır. Konya örneğinde yerel televizyon haberciliği konusu uygulama bölümünde ele alınmış ve içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır.

7. ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın örneklemini Konya’da yerel yayın yapan 5 televizyon kanalından oluşmaktadır. Bu televizyonlardan ilki olan KONTV, şehirde izlenme oranları açısından ilk sırayı almaktadır. Konya’nın ve Türkiye’nin ilk yerel televizyonu olma özelliğini taşıyan SUNTV, Konya TV, KTV ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi uygulama televizyonu olan ve yerel olarak yayınlarını Konya’ya ulaştıran ÜNTV de örnekleme yer almıştır.

İç Anadolu Bölgesi’nde karasal yayının yanı sıra uydu yoluyla da izleyicilerine yayınlarını ulaştıran KONTV’nin ana haber bülteni, yerel seçimler öncesinde siyasi parti haberlerine eşit yer vermediği gerekçesiyle RTÜK tarafından iki gün süreyle durdurulmuştur. Ancak kanal ana haber bülteninde yer alan haberleri daha erken bir saatteki bölge bültenine kaydırmıştır. Bu nedenle kayıt dönemindeki bu iki gün, KONTV’nin bölge bültenleri örnekleme alınmıştır.

8. VERİLERİN TOPLANMASI

Konya’da yayın yapan 5 yerel televizyon kanalının ana haber bültenlerinde yer verdiği konular karşılaştırılmış ve farklılıklar görülmeye çalışılmıştır. Ayrıca bir yerel televizyon kanalının haber bülteninde, bulunması gereken konuların yer alıp almadığı araştırılmıştır. Kanalların ana haber bültenlerinde yayınlanan yerel ve ulusal haberlerin ne kadar yer tuttuğu da tespit edilmiştir. Farklı saatlerde yayınlansa da video kayıt yönteminin yaratması muhtemel sorunlar nedeniyle verilerin toplanmasında kanalların arşivlerinden faydalanılmıştır.

9. KAPSAM

Konya’daki yerel televizyonların ana haber bültenlerinin incelenmesi ve belirlenen sorulara cevap bulunması amacıyla yapılan bu çalışmada; konular dört bölümde ele alınmıştır.

Birinci bölümde haber kavramı, haber değerleri, eleştirel yaklaşımlar, Türkiye ve Dünyada televizyon haberciliği gibi başlıklar altında haber ve televizyon haberi konuları kuramsal olarak ortaya konmuştur.

İkinci bölümde yerellik kavramı ve yerel habercilik konuları, yerel televizyon haberciliği ve Türkiye, yerel ve ulusal haberin karşılaştırılması, yerel medyanın görev ve işlevleri ile yerel medyanın hedef kitlesi konuları incelenmiştir.

Üçüncü bölümde Konya'daki yerel medya ile yerel televizyonların genel sorunları dördüncü bölümde ise içerik analizi yöntemiyle belirlenmiş araştırmanın sonuçları bulunmaktadır. Son bölümde Konya'da yayın yapan yerel televizyonların bir hafta süresince yayınlanan toplam 35 ana haber bülteni incelenmiştir.

10. TANIMLAR

Yerel televizyon: Yerel televizyon kavramı, RTÜK tarafından belirli bir alanda ve gücü belirlenmiş yer vericileriyle yayın yapmasına izin verilen (kablolu ya da uydu bağlantılarıyla yayın yapmayan) televizyon kanalı olarak tanımlanmaktadır. Ancak çalışmada bölgesel ve uydudan yayın yapan KONTV ile kablodan yayın yapan SUNTV de yerel televizyon olarak değerlendirilmiştir.

Ana haber bülteni: Televizyonun en çok izlendiği saatler olarak kabul edilen 19.00-23.00 arasında, genellikle 19.30 ya da 20.00'da yayına giren, kapsamlı akşam haber bültenidir. Konya'da, KONTV ana haber bülteni saat 20.00'de, diğer dört kanal ise 19.30'da, ana haber bültenlerini yayınlamaktadır.

Politika Haberleri: Yerel birimlerdeki siyasi partilerin açıklama ve etkinliklerine yönelik olarak yayınlanan haberlerdir. Türkiye'nin nüfus olarak altıncı büyük şehri olan Konya'da tüm siyasi partilerin temsilcilikleri bulunmakta, ancak çalışmada TBMM'de temsil edilen partiler değerlendirilmiştir.

Ekonomi haberleri: Yerel birimlerde bulunan ekonomi kurumları ve aktörlerine ilişkin yayınlanan haberlerdir (Konya'daki vergi daireleri, ticaret ve sanayi odaları, yatırım şirketleri ve özel firmalar).

Sivil toplum haberleri: Ülke çapında kurulan sivil toplum kuruluşlarının şubeleri ya da şehirde kurulan farklı dernek, vakıf gibi kuruluşların etkinlik ve açıklamalarına ilişkin haberlerdir.

Magazin Haberleri: Ünlü kişilerin açıklama ve etkinlikleri, bazı ticari işletmelerin açılışları ve eğlence haberleri magazin haberleri içine girmektedir.

Eğitim ve Araştırma haberleri: Yerel eğitim kuruluşlarının ve bu kurumlarda çalışan uzmanların açıklama ve etkinliklerine ilişkin haberlerdir (Konya’da milli eğitim müdürlüğü ve Selçuk Üniversitesi gibi kuruluşların yetkili ve uzmanları ile ilk ve orta dereceli okullardaki etkinlikler).

Adliye güvenlik haberleri: Yerel güvenlik birimleri ve önemli davalarla ilgili haberlerdir (Konya’da meydana gelen kaza, kavga, ölüm, hırsızlık, polisin yaptığı operasyonlar, mahkeme kararlarını kapsayan haberler).

Kültür - Sanat haberleri: Yerel birimlerde gerçekleşen tiyatro, sinema, fuar, sirk, festival gibi etkinliklere ilişkin haberler.

Belediye – Valilik haberleri: Kentin yönetiminden sorumlu olan valilik, büyükşehir ve ilçe belediyelerinin çalışmaları, icraatları, uygulamaları ve kararlarına ilişkin haberlerdir.

Çevre - sağlık haberleri: Yerel sağlık kuruluşlarının çalışmaları, halk sağlığına yönelik etkinlikler, çevre düzenleme ve temizlik, yapılandırma gibi etkinliklere ilişkin haberlerdir (sağlık müdürlüğü, kamu hastaneleri ve özel sağlık kuruluşları, çevre ve orman müdürlüklerinin etkinlikleri).

Kamu haberleri: Merkezi yönetimin şehirde yer alan temsilcilikleri ve müdürlüklerinin açıklamaları, çalışmaları kamu haberleri olarak değerlendirilmektedir (bayındırlık, sanayi ve ticaret, karayolları, müftülük gibi kuruluşlar).

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HABER KAVRAMI VE TANIMLAR

Arapça bir sözcük olan habere, Türkçe’de “Salık”, “Duyuk” gibi karşılıklar aranmış olmasına karşın yaygınlık kazanmamıştır. İngilizlerin “News”, Fransızların “Information” dedikleri haberin geniş bir biçimde anlamı irdelenecek olursa, “Vaktinde verilen, toplumda çok kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılır bir dille anlatılan bir olay, fikir ya da kanı” tanımıyla karşılaşılmaktadır (Gürcan ve Yüksel, 2005: 55-56).

Haber kavramıyla ilgili çok sayıda tanım yapılmaktadır. Ancak yapılan tüm tanımların ortak noktasında, haberin yeni olan ve çok sayıda kişiyi ilgilendiren gelişme ve olaylara dayandığı belirtilmektedir. Belirli bir yer ve zaman içinde gerçekleşen olayların bilmeyenlere aktarılması, çevrede olup biten ve çok sayıda insanı ilgilendiren olayların insanlara aktarılması, gazeteciliği meslek edinmiş insanların kitle iletişim araçlarını kullanarak yazılı, sesli, görüntülü mesajları okuyucu, izleyici ve dinleyicilere aktarması, gerçeğin toplumsal kurgulanması, insanların bilmek istediği her şey, olduktan sonra algılanarak olayların bilgisinin aktarılması gibi haberi tanımlayan çok sayıda ifade vardır (Girgin, 1997:13-14).

Girgin haberin kişileri bilgilendirmesi, eğitmesi, eğlendirmesi, üzmesi ve sevindirmesi durumunu haberin gerçekte bağlantılı ya da gerçeğin ta kendisi olduğu sanılmasından kaynaklandığını ve bunun da haberi en etkili medya içeriği konumuna getirdiğini savunmaktadır (Girgin, 2000:73).

En kapsamlı tanımlardan birini Uyguç yapmıştır: “Haber, güncel, çok sayıda kişiyi ilgilendiren önemli olayların doğru, tarafsız ve çabuk bir biçimde aktarımıdır” (Uyguç, 1998: 86).

Kitle haberleşme araçları Ünsal Oskay’a göre toplumun ufku gözleyerek, toplumun bilmediği, gitmediği, görmediği yerleri ayağına getirerek toplumu dış dünyaya bağlar ve insanın bilgisinin artmasını sağlar. Yine kitle haberleşme araçları bazı sorunlar üzerinde dikkati odaklaştırarak kamuoyu oluşumuna katkıda bulunur. Halkın yenileşmeden yana tutumlar kazanarak sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal yaşama ilişkin yeni düşünce eğilimlere ilgi duymasına yol açar (Oskay, 1997: 285).

Haberin ortaya çıkması ve kamuoyuna aktarılmasında haberi yapan kişinin de önemli etkisi bulunmaktadır.

Haber olayların bir kaydı, özeti olarak değeriendirilmektedir. Olaylar kendiliğinden insanlara ulaşmamaktadır. Olayları izleyen haberciler, belirli mesleki kodlar çerçevesinde olayları haber haline dönüştürerek izleyicilere kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarırlar. Olay ya da olgunun habere dönüşmesi ve insanlara iletilmesi haberciler aracılığıyla olmaktadır. Haberi yapan kişilerin haber yaptıkları olgu, düşünce ya da olayla ilgili algılama, görebilme ve gözleyebilme yetenekleri, haberin topluma iletilmesinde önemli noktalardan biridir. Bunun yanında basının bilinçli olarak yapmadığı haberlerin olduğu gerçeğı ile habercilerin ulaşmasının engellendiğı durumlar da yadsınmamalıdır (Tokgöz, 1994:125).

Haber tanımlarında mutlaka yer alan bir unsur, olayın yeni olmasıdır. İnsanların, haber alma ihtiyaçları yeni gelişmeleri öğrenmek ekseninde yoğunlaşır. Kamu, neyin yeni olduğu konusunda öteden beri oluşmuş bir takım kıstaslara sahiptir ve habercilerin bunu bilmesi zorunludur. Haberciler, yeni olanı vermek ve yeni olanı rakip kuruluşlardan önce vermek yarışındadırlar. Bu yarış, hedef kitle tarafından ayrıntılı olarak bilinmese de, sonuçta, herkes, doğal olarak bir haberi önce verebilen yayın kuruluşunu izler. Habercilik yarışında, bir haberi rakiplerden önce vermek, haber atlatmak diye adlandırılır. Bunun tersi de haber atlamaktır ki, bir haberci için düşülebilecek en zor durumdur (Şeker, 1999: 17).

Yapılan tüm tanımlar olay, gelişme ya da bir bilginin haber olabilmesi için bazı kriterleri içinde barındırması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu kriterler neyin haber olacağı ya da olmayacağı konusunda yapılan çalışmaları da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmalar haberle ilgili bazı değerlerin belirlenmesini sağlamıştır.

1.1. Haber Değerleri

Ortaya çıkan rutin pratikler, zamansal olarak yeni olsa da olayları, “doğal” “verili” olarak kabul edilen, gerçekliğin belirli bir tür inşası içine sıkıştırır. Bu nedenle de, toplumsal bir inşa olan olaylar, anlamlarını hep belirli biçimlerde, belirli bir bakış açısı içinden kazanır. Bizatihi hangi olayların haber olacağının seçilmesini

sağlayan bu rutin pratikler, hakim bir haber anlayışının oluşmasını sağlarken, neyin haber değeri olduğunu da kurmaktadır (Arslan, 2002: 75).

Haberin değeriyle ilgili olarak yapılan kapsamlı çalışmalardan biri ve bugünkü geliştirilmiş haber değeri teorilerine büyük oranda kaynaklık etmiş olan Galtung ve Ruge'un araştırmasıdır. İki araştırmacı 1965 yılında Östgaard'ın dış haberlerin tahrip ve tahrif edildiğine ilişkin görüşlerini yaptıkları bir araştırmayla geliştirdiler. Norveç'te yayımlanan dört günlük gazetenin Kongo, Küba ve Kıbrıs bunalımları konularındaki uluslar arası haberlerin seçiminde kullandıkları ölçütleri araştıran Galtung ve Ruge, araştırma sonunda psikolojik algı teorisine dayandırdıkları 8'i evrensel, 4'ünün ise kuzeybatı ülkelerinde geçerli olduğunu belirttikleri, 12 haber değeri unsuru oluşturmuşlardır:

- Sıklık: Olayın meydana geliş aralığı medyanın yayın aralığına ne kadar uygunsa haber olma ihtimali o kadar yüksektir.
- Eşik Değeri: Bir olayın yoğunluğu yükseldikçe haber olma ihtimali artar.
- Şüphesizlik: Olayın anlamı belirsizlik içermiyorsa haber olma ihtimali artar.
- Anlamlılık: Olay kültürel yakınlık ve ilgililik barındırıyorsa haber olma ihtimali artar.
- Uyumluluk: Olay medya alıcılarının taleplerine ve beklentilerine uygunsa haber olma ihtimali artar.
- Beklenmediklik: Ansızın meydana gelen, tahmin edilemeyen, beklenmedik olaylar daha kolay haber olur.
- Devamlılık: Bir olay bir kez haber yapılmışsa, takip eden olayların haber olma ihtimali artar.
- Çeşitleme: Haberlin çeşitlenmesi amacıyla kimi konular denge sağlayıcı olarak daha kolaylıkla haber yapılırlar.

Olaydan habere geçiş sürecinde kültüre bağlı faktörlerin olduğunu da kabul eden Galtung ve Ruge aşağıdaki 4 faktörün “Dünyanın en azından kuzeybatı köşesinde” etkin olduğunu ifade etmektedirler.

▪ Seçkin milletlerle ilgililik: Olay ne kadar seçkin milletleri ilgilendiriyorsa, haber konusu olma ihtimali o kadar yüksektir.

▪ Seçkin kişilerle ilgililik: Olay ne kadar seçkin insanlarla ilgiliyse haber konusu olma ihtimali o kadar fazladır.

▪ Kişiselleştirebilme: Belli bireylerle özdeşleştirebilmek suretiyle bir olaya ne kadar kişisel plandan bakılabiliyorsa, haber olma ihtimali o kadar fazladır.

▪ Negatif bağlantı: Bir olay sonuçları açısından ne kadar olumsuzsa, haber olma ihtimali o kadar fazladır (Galtung ve Ruge'den akt. Şeker, 1999: 23).

Toplumsal bir olgu olarak değerlendirilen haber olmadan yönetim, ticaret, eğitim gibi kurumların çalışamayacağı düşünülmektedir. Ancak haberin geniş insan topluluklarını ilgilendirmesi gerekmektedir. Haberın doğru olması, açık ve net olarak anlaşılması ve bir anlam karışıklığına yol açmaması haberin özelliklerindendir. İnsanın doğasından kaynaklanan önemli kişilere, sayılara, garipliklere ilgi duyma, bu olgulara ilişkin haberlerin önemli olması anlamına gelmektedir. Yine haberin sıra dışı olması ve gerçekleşme zamanının, haberin sunulduğu zamana yakın olması, izleyicinin yaşadığı yere, mekana yakın olması, izleyiciyi çeken haber özellikleridir (Tokgöz, 1994).

Haber üretiminin yeknesak örgütlenişi, haber toplamının devletin başlıca siyasal organları, polis, mahkemeler ve büyük şirketler gibi sabit haber kaynağını garantileyen kurumsal bağlamlarda cereyan etmesini destekler. Olayların haber değerleri hakkında haber çalışanlarının profesyonel inançlarını ve davranışlarını içeren bilindik habercilik ilkeleri, ortak duyuya dayalı değerlendirme kriterleridir (Van Dijk'ten akt. Arslan, 2002: 77).

Her şeyden önce haber, olmuş olaylar, durumlar ve açıklamalar üzerine kurulmuş olmalıdır. Ancak bu olay durum ve açıklamaların doğruluğunun kontrol edilmesi bir ön koşuldur. İlk kez duyulan dedikodular veya söylentiler, doğruluğu ispatlanana kadar habere dönüştürülemez. Yeni ve doğruluğu ispatlanmış bir olayın haber olabilmesi için de bazı haber değerlerini barındırması gerekmektedir. Arsan, olayın habere dönüşecek kadar önemli olup olmadığını anlamak için şu kriterlere bakmak gerektiğini ifade etmektedir:

- Şok
- Olağandışılık
- Zamanlama
- Yakınlık
- Duygusallık
- Tekrarlanma
- Tartışma ortamı
- Eğitici olmak
- Uyarıcı olmak
- Çok sayıda kişiyi ilgilendirmek
- En büyük olmak
- İlk olmak
- Tek olmak
- Meşhur olmak
- Merak uyandırmak (Arsan, 2005; 138)

Haber seçimi, neyin haber olup, hangi gerçeklerin gözden kaçırıldığı, haber değeri olmayan konuların topluma aktarıldığı yönündeki görüşler de genel olarak habere ve medyaya yapılan eleştirilerde önemli dayanak noktalarından birini oluşturmaktadır.

Haberleri toplama sürecinden haberin yayına girmesine kadar olan süreçte, muhabir, editör, haber müdürü, haberlerin seçiminde görev almaktadır. Haberlerin bazıları gündeme hiç alınmamakta kimilerinde de bazı ayrıntılar ön plana çıkarılmaktadır. Haberlerin kurumun kimliğine ve yayın politikasına uygun olarak seçilmesi eşik bekliliği ya da içeriği belirlemede seçicilik olarak adlandırılmaktadır (Rigel, 2000: 22).

Habercilik yaparken gazetecinin gerçekliğe ilişkin hangi öğeleri ne tür kaygılarla haber metnini oluşturmak için alıkoyacağı ve hangilerini dışarıda

bırakacağı, haberin kurulmasıyla ilgili önemli bir tercihtir. Dolayısıyla haber yazımı faaliyeti, bir seçme işleminin ister istemez var olduğunu göstermektedir. Bu seçme işleminin dışında, bir de haberin kendi yapılaşmış dili, grameri, anlatısal özellikleri de haber aracılığıyla kurulan gerçeği sorunlu kılmaktadır. Haberin yapılaşmış dili, toplumsal yapıda var olan, süregiden sınıfsal, cinsiyetçi, ırkçı her türlü iktidar ve egemenlik ilişkilerinin yeniden üretilmesinden sorumsuz ya da bağımsız görülemez (Dursun, 2005: 71-72).

Bu etkenlerin yanı sıra medya sahipliği konusunda haber seçiminde ve haber değerleri tartışmalarında önemli bir yer tutmaktadır.

Farklı kurumsal temellere dayansalar da çağdaş haber araştırmacılarının pek çoğu bir olayın haber değeri konusundaki ilk tanımlamanın güç sahibi haber kaynakları tarafından yapıldığını, olaya ilişkin çerçevenin egemenlerce çizildiğini kabul eder. Kimi yaklaşımlar kontrolün tamamen egemen güçlerde olduğunu savunurken özellikle Kültürel Çalışmalar Okulu'nun benimsediği yaklaşım, toplumda tek ve türdeş bir egemen sınıf olmadığı, aksine farklı ideolojilerin mücadele ettiği şeklindedir (Şeker, 2009: 90).

1.2. Haber ve Televizyon Haberine Eleştirel Yaklaşımlar

Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevi olan haber verme, özellikle televizyonun yaygınlaşmasının ardından farklı bir yapıya bürünmüştür. Habere kamuyu bilgilendirme amacı dışında farklı anlamlar yüklenmiştir. Özellikle medyanın sermayenin eline geçmesi ve haberin magazin yönüne ağırlık verilmesi birçok eleştiriyi de beraberinde getirmiştir. Bu arada medya ve haberin devletler eliyle zihin yönlendirme faaliyetlerinde kullanıldığı tezleri de eleştirel yaklaşımların temelinde yer bulmuştur.

Gerçeğin bilgisinin bütünüyle insanın öznelliğinden geçmeksizin ortaya çıkabileceğini söylemek pek mümkün değildir. Gerçeğe dair bu bilgi, ancak bir temsil etkinliğiyle kendisini göstermektedir. Başka bir ifadeyle gerçeğin bilgisi gerçeğin kendisi değildir, gerçeği temsil etmektedir. Temsil eden (örneğin savaş fotoğrafı/haberi) ve temsil edilen şey (savaş) arasında daima bir farklılığın bulunduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu farklılıktan dolayı gerçekliğin

yansıtılması veya çarpıtılması olarak ifade edilen her şeye eleştirel bakmak gerekmektedir. Temsili, gerçekliğin bazı öğelerinin, yakalanabilen, kavranabilen bazı öğelerinin bir araya getirildiği bir pratik olarak düşünmek haber olgusuna ve haber oluşturma sürecine bakışımızı da kökten etkileyecektir (İnal, 1996).

Medya ve habere yaklaşımlar ekonomik düzenle de bağlantılı olarak iki temel noktada toplanmaktadır.

Bu ana yaklaşımlardan ilki liberal yaklaşımdır. Bu anlayışta kitle iletişim araçları dördüncü güç olarak otoriteyi, devleti denetlerken bir taraftan da okuyucuların, izleyicilerin serbest pazar temelinde halkın istediklerini vermek durumundadır. Halkın istek, görüş ve değerlerinin kitle iletişim araçlarına yansması, bu araçların içeriklerini halkın tükettiği savıyla, araçların devamı anlamına gelmektedir. Serbest pazarın, insanların görüşlerine yer veren ve onları savunan bir medya sistemi oluşturduğu belirtilirken eleştirildiği noktalar da bulunmaktadır. Bunlardan birisi, tekelci yapının izleyici seçeneklerini ve kamusal denetimi azalttığıdır. ABD’de üç şirket televizyon pazarının üçte ikisini kontrol etmektedir (Curran, 1997: 158).

Liberal yaklaşımda, ifade ve basın özgürlüğü kavramlarının yanında medyada çalışanları gerçeğe ulaşma yetisine sahip profesyoneller olarak değerlendirmektedir. Bu profesyoneller haber yaptıkları olguya veya olaya kendi siyasal eğilimlerinden arınıp nesnel ve tarafsız bir gözle bakabilir ve bunun sonucunda dengeli ve yansız haber üretebilir inancı, liberal kurama ait görüştür (İnal, 1996: 58).

Liberal kurama karşılık haberi, medyayı elinde tutanların iktidarın kendi çıkarlarını devam ettirmek ve rıza üretimini sağlamak amacıyla kullandığını savunan eleştirel yaklaşımlar bulunmaktadır.

Bilginin üretenden bağımsız olmayacağı ve üretim araçlarının sahipliğinin entelektüel üretimi de kapsadığı, kitle iletişim araçlarının devletin ve düzenin devamını destekleyen araçlar olduğu savı, eleştirel bakışı ifade eder.

Marksist yaklaşım iletişim kurumlarının ekonomik yapısı, pazar ilişkileri, tekelleşme ve pazar kontrolü, iletişim ürünlerinin üretimi ve dağıtımındaki yapısal durum ve ilişkiler, üretim biçiminin ve teknolojisinin yapısı, iletişim profesyonelleri

ve emekçilerinin örgütsel yapı içindeki yeri ve sahiplikle olan ilişkisi, kapitalist iletişim düzenini, düzenin örgütleniş, çalışma ve gelişme biçimini, iletişim faaliyetlerinin amaçlarını ve görevlerini inceler ve açıklar (Alemdar ve Erdoğan, 1998: 243).

Marksist yaklaşım güç ve iktidarın yönetici bir sınıf veya küçük bir elit grubun elinde olduğunu, dolayısıyla medyanın da egemen güçlerin elinde olarak egemen ideolojiyi yayma ve meşrulaştırma eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Marksist yorumcuların savunduğu bu görüşün dayandığı sav, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın entelektüel üretim araçlarını da yönlendirdiği savıdır. Bu görüşü savunanlar kitle iletişim araçlarının toplumsal sistemi meşrulaştıran, hakim normları ve değerleri destekleyerek stratejik bir işlev gördüğünü öne sürmektedir (İnal, 1996: 63).

Fairclough, haber değeri olan olayların gazetecilerin güvenilir kaynaklar olarak değerlendirdikleri ve sesleri medya söyleminde en çok temsil edilen sınırlı bir insan grubundan çıktığını ifade eder. Ancak onların sesleri popüler dilin gazete versiyonuna çevrilirken, kimin sesinin ve kimin konumunun temsil edildiği hakkında bir tür mistifikasyon olur. Dolayısıyla haber medyasının iktidarın sesini gizli-saklanmış bir biçimde yayarak bir ideolojik iş yapmaktadır (Fairclough'dan akt. Arslan, 2002: 79).

Arık da televizyondaki dünyanın kurgudan ibaret olduğu varsayımına vurgu yapmaktadır: “Modern dünyanın en güçlü anlam üretim merkezi olan televizyon, ele aldığı herhangi bir olguya kendi gerçekliğini dayatma konusunda son derece başarılıdır. Televizyon ortamında, geçmişin bütün sanat eserleri 90’ar dakikalık sinema filmlerine veya 45’er dakikadan 13 bölümlük dizilere dönüşmekte, 19. yüzyılda yapılmış bir resim geleceğin teknolojisini anlatan bir reklam filmine dekor olmakta, bedenler ve arzular metalaşmakta, çocuklar birer reklam panosuna dönüşmektedir” (Arık, 2007: 17).

Liberal kuram medya ve habere özgürlükleri genişletmeye, yöneticileri denetlemeye yardımcı rolüyle olumlu yaklaşırken Marksist ideolojinin temelini oluşturduğu eleştirel yaklaşım, haberin yapısal özelliklerine inerek her zaman

istenildiği gibi kurgulanabileceğini, bu nedenle medya gücünü elinde bulunduranların yönlendirmesine alet olan bir araç olarak kullanılabileceğini var saymaktadır. İki yaklaşımın da medya ve habere yaklaşımlarında eksikler olduğu, medya ve haberin hakim ideolojiyi destekleme zorunluluğunu bilgi verme ve dördüncü güç olarak sosyal hayat ve demokrasiye katkısıyla aştığı değerlendirilebilir.

Bu bağlamda haberciliğin temelde nesnel, tarafsız ve dengeli olabileceği böylelikle toplumdaki çeşitliliği sorunsuzca yansıtabileceği varsayılmıştır. Dolayısıyla haber metinlerine ilişkin çalışmalar, nesnel, tarafsız ve dengeli olmayan metinlerin genellikle içerik analizi yöntemiyle çözümlenip ortaya konması şeklinde gerçekleştirilmiştir (Şeker, 2009: 94).

Çiler Dursun, muhabir ya da çalıştığı kurumun haberi kurgularken kullandığı profesyonellik kodlarının sorgulanmaksızın yapısallaştırıldığını belirterek, bazı stratejileri de ortaya koymaktadır.

Aktarmalar ve tırnak işaretleri kullanarak okuyucuya söylenilenin yayın kuruluşunun ya da gazetecinin değil, bizzat haber kaynağının sözü olduğu hissettirilmektedir. Böylelikle aktarma işaretleri, teknik amaçlı kullanımlardan öte bir işlev görmekte, kurumsal kaynaklar okuyucu gözünde güvenilir kılınırken sıradan insanlar ve marjinal gruplar özellikle özdeşleştirilmekte, böylelikle de güvenilirmez kılınmaktadır. “Kişiselleştirme” stratejisiyle ise habere konu olan olaylar, sadece belirli bazı bireylerin eylemleri olarak sunulmaktadır. Haber yapılırken başvuru kişiselleştirmeler sonucunda olaylar giderek sembol kişilerin eylemleriyle açıklanır hale gelmekte, böylelikle tartışmalı konuların ardında yatan toplumsal ve ekonomik etkenlerin neler olduklarının sorgulanması engellenmektedir.

Dursun “Parçalama” stratejisiyle de haberlerin ekonomi haberleri, kültür haberleri, magazin haberleri gibi kendi aralarında kategorize edilerek düzenlendiğini, buna göre; kitlenin olgulara ilişkin olarak anlamlı ve bütünlüklü bir bakış geliştirmesini zorlaştırmaktadır (Dursun, 2005: 81-83).

Saygın kişilerin görüşlerine yer verilmesi suretiyle haberin etkisi artırılmaktadır. Bu kaynaklara birincil tanımlayıcılar denilmektedir. Birincil tanımlayıcıların yorumlarına karşıt savlar önceden çerçevelendirilmiş ve tanımlanmış

konular olmaktadır. Sık sık yakınıldığı gibi sonraki görüşler “tartışmayla ilgili ya da ilgisiz” olarak etiketlenerek mücadele alanından dışlanabilmektedir (Dursun, 2005: 84).

Egemen güçlerin medyayı elinde tutarken izleyiciye sahte bir seçme şansı sunduğunu savunan Herbert Schiller de medya ve enformasyonun zihin yönlendirme aracı olarak kullanıldığı tezinin üzerinde duran isimlerin başında gelmektedir.

Yerel ve yabancı haberlerde olması gereken fikir çeşitliliğine, medyada rastlamak neredeyse imkansızdır. Bunun belli başlı sebeplerinden biri iletişim endüstrisinin monopolistik karakteristiğinden, sahiplerinin çıkarlarının ve ideolojilerinin çakışmasından kaynaklanmaktadır (Schiller, 1993: 35-36).

Schiller, kanal ya da gazete sayısı ne kadar çok olursa olsun tüm medya organlarının statükonun güçlendirilmesi amacına hizmet ettiğini belirtmektedir.

Çok kanallı iletişim akışının varlığı, özgürce enformasyon seçebilme şansının var olduğu yolundaki inancın pekişmesine hizmet etmektedir. Televizyonun en etkili yayın organı olduğu yolunda yaygın bir inanç mevcuttur. Toplumun değer yargıları üzerindeki etkisi küçümsenemez, televizyon ne kadar güçlü olursa olsun varlığı itibarıyla, diğer medya organlarındaki ahenksiz tenbihin yokluğuna istinat eder. Enformasyon kanallarının her biri kendi katkısını yapar, fakat sonuç değişmez, hep aynıdır: “Statükonun güçlendirilmesi” (Schiller, 1993: 40).

İdeolojinin haber aktarım sürecindeki etkisine odaklanan iletişim çalışmalarında genellikle, ideolojik dolayımın medya metinlerini nasıl bir değişime uğrattığı üzerine odaklanılır. Elbette ki her haberin ideolojik bir dolayıma uğradığını iddia etmek doğru olmaz, fakat özellikle çeşitli ideolojik çağırımların merkezi bir rol oynadığı terör haberlerinin aktarımında bu “ideolojik” bakış, temsilin biçiminde son derece belirleyicidir (Arık, 2009: 242).

Schiller’in medya ile ilgili temel eleştirilerinden biri de kapitalist sistemde önemli bir yeri olan büyük şirketler ve onların ürün satma stratejileri doğrultusunda hazırladıkları reklamların televizyonda en önemli belirleyici olduğu savıdır:

“Televizyona reklam veren üreticiler arasında en önde gelenleri gıda, ilaç, meşrubat, beyaz eşya, otomobil, kozmetik ve sigara üreticileridir. Bunlar, ta işin

başından beri orta sınıfı en büyük müşterileri olarak görmüşlerdir. Dolayısıyla televizyon programlarının hazırlanmasında bu kesimin beğenileri ve beklentileri en önemli kriteri oluşturur olmuştur” (Brown’dan akt. Schiller, 1993: 39).

1.3. Habercilik İlkeleri

Kitle iletişim araçlarının etkinliği haber üretim sürecinde bazı kuralların uyulmasını zorunlu hale getirmektedir. Medyanın kendi içinde kontrolünü sağlayan meslek örgütleri yayımladıkları ilkelerle haberciliğin doğru bilgi verme işlevini yerine getirmesine yardımcı olmaktadır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin yayımladığı hak ve sorumluluk bildirgesinde gazetecinin temel görevleri ve gazetecilik ilkeleri 17 madde halinde belirtilmiştir. Bu ilkelerden temel noktalara vurgu yapan bazılarına yer vermek uygun olacaktır:

- Halkın bilgi edinme hakkı uyarınca, gazeteci, kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçeklere ve doğrulara saygı duymak ve uymak zorundadır.

- Gazeteci; başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur. Milliyet, ırk, etnisite, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefî inanç ayrımcılığı yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. İnsanlar, topluluklar ve uluslar arasında nefreti, düşmanlığı körükleyici yayından kaçınır. Bir ulusun, bir topluluğun ve bireylerin kültürel değerlerini ve inançlarını (veya inançsızlığını) doğrudan saldırı konusu yapamaz. Gazeteci; her türden şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtan yayın yapamaz.

- Gazeteci; temel bilgileri yok edemez, görmezlikten gelemmez ve metinlerle belgeleri değiştiremez, tahrif edemez. Yanlış, yanıltıcı ve tahrif edilmiş yayın malzemesi kullanmaktan uzak durur.

- Gazeteci, kamuya mal olmuş bir şahsiyet bile olsa, halkın haber alma, bilgilenme hakkıyla doğrudan bağlantılı olmayan hiç bir amaç için, izin verilmedikçe özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal edemez.

▪ Gazeteci, yayınlanmış her yanlışı en kısa sürede düzeltmekle yükümlüdür. Gazeteci, istismar edilmemesi, kötüye kullanılmaması ve kabul edilebilir boyutlar ile biçimde yapılması kaydıyla, cevap hakkına saygılı olmalıdır.

▪ Gazeteci, kendisine güvenilerek verilmiş bilgilerin, belgelerin kaynaklarını, kendileri izin vermediği sürece, mesleki gizlilik ilkesi uyarınca, hiç bir şekilde açıklamaz.

▪ Gazeteci, devlet başkanından milletvekiline, iş adamından bürokratına kadar haber kaynağı olarak da kabul edilen kişi ve kurumlarla iletişimini ve ilişkisini meslek ilkelerini gözeterek yürütür (TGC, Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 2008: 16-19).

2. TELEVİZYON HABERİ VE DÜNYADA GELİŞİMİ

20. yüzyılın ilk en önemli kitle iletişim aracı haline gelen ve toplumsal etkileri bakımından diğer bütün kitle iletişim araçlarını gölgede bırakan televizyon, 1800’lü yılların başından itibaren art arda yapılan bir takım buluşların sonucu olarak ortaya çıktı. Selenyumun icadı, ışığın elektrokimyasal etkilerinin keşfi, tarama diskinin bulunması gibi farklı bilim adamları tarafından farklı amaçlarla yapılan çalışmalar 1900’lü yıllara gelindiğinde televizyon fikrinin doğmasını sağladı. Artık görüntüyü ışık ve gölge olarak tarayabilen bir döner diskin icadı mümkündü. Rus bilim adamı Vladimir Zworkyn ikonoskop adını verdiği ve elektronik tarama yapabilen cihazı 1924 yılında Amerika’da üretti. Bu araç resimleri satır satır tarıyor ve hareket eden görüntüler elde edilmesini sağlıyordu. (Rigel, 1991: 19).

ABD’de başlayan televizyon yayınları daha sonra başta İngiltere olmak üzere Avrupa’da denenmeye başlamış İkinci Dünya Savaşı sonrası televizyon yayınları büyük kitlelere ulaşmıştır.

İletişim araçları içinde haber verme işleviyle öne çıkan önemli bir araç da televizyondur. Televizyon, sinemanın filmlerini, radyonun sesini, müziğini ve bunun yanında yeni iletişim teknolojilerinin özellikleriyle kolayca eklemlenebilen bir araç olduğu için, kitle iletişim araçları içinde “Amiral Gemisi” sıfatı yakıştırılmaktadır (Kaya, 1999: 203).

Televizyon haberi radyonun görüntülü versiyonu olarak kabul edilirken, görüntü, haberin merkezinde yer almaktadır. Gazetede fotoğraf çoğu zaman yalnız başına bir şey ifade etmeyebilirken, radyoda da bilgi mutlaka verilmektedir. Ancak televizyonda görüntü yalnız başına haber olabilmektedir. Çünkü bir olaya, bir açıklamaya hem görüntü hem de ses kaydı alınması sayesinde izleyen tanıklık edebilmektedir. Televizyon hem bu nedenle hem de canlı yayınların kullanılmaya başlanmasıyla birlikte gazete ve radyo karşısında gücüne güç katmıştır.

Dünyada televizyon haberciliği, televizyonun doğduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır.

Televizyon haber yayıncılığı ile ilgili tarihsel süreç, ilk düzenli televizyon yayını 1936 yılında İngiltere'de gerçekleşmiştir. İngiltere'den sonra ABD'de resmi nitelikte ilk televizyon yayını 1939 yılında gerçekleştirilmiştir. (Aziz, 1989:12).

Görüntünün gücü, 1960 seçimlerinde televizyonu iyi kullanan Kennedy'nin yarışı kazanmasıyla dikkat çekti. 1962'de Telstar 1 uydusunun fırlatılmasıyla birlikte artık dış ülkelerle ilgili haberler de anında yayınlanabilir hale geldi. Kennedy'nin uydu televizyonu aracılığıyla Fidel Castro'ya bir ultimatom vermesi, televizyon haberlerinin gücüne herkesin inanmasını sağladı. Yine 1963 yılında Kennedy suikastının görüntülerinin televizyon haberlerinde yayınlanması da büyük bir başarı olarak tarihe geçti (Şeker, 1999: 47-48).

80'li yıllara gelindiğinde önce ABD, daha sonra dünya televizyon haberciliğinde önemli bir kuruluş haline gelecek olan CNN kuruldu. 1 Haziran 1980'de kurulan CNN canlı haber yayınına verdiği önem ve 24 saat haber sunmasıyla büyük bir başarı yakaladı (İnceoğlu, 1997 : 60).

Bu habercilik anlayışı ile tematik kanallar ve habere yönelik hızlanmış, dünya çapında ses getiren olaylar ve savaşlar televizyondan canlı yayınlanmıştır. 1990'lı yıllarda Körfez Savaşı'nın canlı yayınlarla tüm dünyaya ulaştırılması CNN'i yüzlerce ülkeye hitap eden bir kuruluş haline getirmiştir.

Sonraki yıllarda CNN'in izlenme oranları düşmüş, bu sonucun derinlemesine habercilik yapılmadığı, küresel güçlerin yönlendirmesiyle yayıncılık yapıldığı, rıza

üretimi ve zihin yönlendirme gibi faaliyetlere aracılık edildiği iddialarıyla ortaya çıktığı iddia edilmektedir.

Artık hem dünyada hem de ülkeler bazında haber kanallarının sayısı artmakta, bu nedenle uluslar arası yayın yapan haber kanalları farklı dillerde yayınlarla etki alanlarını korumaya çalışmaktadır. CNN, Euro News, El Cezire gibi kanallar bu konuda büyük yatırımlar yapmaktadır.

3. TÜRKİYE'DE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ GELİŞİMİ

Türkiye'de televizyon yayıncılığı 16 Temmuz 1952 tarihinde İTÜ'de başladı. 100 watt gücündeki bir vericiyle Taşkışla binasının üç odasına yerleştirilen cihazlardan yapılan yayın, dördü İTÜ'ye ait olmak üzere toplam 10 adet televizyon alıcısına gönderiliyordu (Uyguç ve Genç, 1998 : 464).

24 Aralık 1963 tarihinde çıkarılan 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Kanununun 35. maddesiyle ise Türkiye'de radyo ve televizyon istasyonları kurma ve işletme yetkisi TRT'ye verilmiştir.

31 Ocak 1968 tarihinde TRT Ankara Televizyonu deneme yayınlarına başladı. İTÜ yayınları 6 Mart 1970'te öğrenci olayları sebebiyle kesildi. 11 Mart 1971'de TRT ile İTÜ anlaştılar ve Ankara Televizyonunun yayını, PTT linkleriyle aktararak İTÜ vericilerinden İstanbul'a yayınlanmaya başlandı (Yengin'den akt. Şeker, 1999: 42).

TRT 1974 tarihinden itibaren haftanın her günü yayın yapmaya başladı. 1977'den itibaren renkli çekimlere başlandı ve 1982 yılından sonra bazı yayınlar renkli yapıldı. 1 Temmuz 1984 tarihinden sonra ise tamamen renkli yayına geçildi. 6 Ekim 1986'da dördüncü kanal 15 Aralık 1990'da ise beşinci kanal yayına başladı. Ayrıca üçüncü kanal ile birlikte gündüz kuşağında yayına başlayan GAP TV daha sonra ikinci kanal üzerinden yayınına devam etti.

1 Mart 1990 tarihinde Türkiye'ye yönelik ilk televizyon yayını olan Magic Box Star 1, test sinyali vermeye başladı. 7 Mayıs 1990'da yayına başlayan Star 1 yasalardaki boşluklardan yararlanarak yayınıni sürdürdü. Bu kuruluş daha sonra

adını İnterstar olarak değiştirdi ve 27 Ocak 1992' tarihinde Teleon Adıyla bir başka kanal daha kurdu. 1 Mart 1992 tarihinde Türkiye'nin üçüncü kanal olan Show TV yayına başladı. Nisan 1992'de Kanal 6, 1993 yılının Mart ayında Show TV'ye bağlı olarak Cine 5 adlı bir şifreli kanal kuruldu. Aynı yılın Eylül ayında ATV, 19 Haziran 1993'de Kanal D yayına başladı. 1993 yılında ayrıca HBB ve TGRT kanalları açıldı. Sonraki yıllarda birçok yerel ve bölgesel kanal ile birlikte 1996 yılında ilk haber kanalı NTV yayına geçti (zağlayan 2000: 45).

Türkiye'de 2007 yılı itibariyle 23 ulusal, 16 bölgesel, 214 yerel televizyon, 36 ulusal, 108 bölgesel ve 1055 yerel radyo yayını; toplam 1452 kuruluş Türkiye'de yayın yapmaktadır. Dünya üzerinde bu kadar fazla yayının yapıldığı, radyo ve televizyon yayını bulunan bir ülke yoktur. İlkiz, bu kadar çok yayın kuruluşu olmasının doğru olmadığını ve kesinlikle bir düzenleme yapılması gerektiğini belirtmektedir (İlkiz, 2002).

3.1. Türkiye'de Televizyon Haberciliği

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de televizyon haberciliği radyo haberciliğinin devamı olarak ortaya ıktı. Türkiye radyolarında ajans ağırlıklı olarak hazırlanan haberler başlangıçta televizyona uyarlanmıştı. 1964'te Doğan Kasaroğlu, TRT haber merkezini kurmakla görevlendirildi ve o tarihten sonra ajans haberleri redakte edilerek radyo haberi haline getirilmeye başlandı. TRT'nin ilk haber merkezi profesyonel gazetecilerden oluşturuldu. Bazı gazeteciler BBC'de televizyon haberciliği kursuna gönderildiler ve 31 Aralık 1968 tarihinde Zafer Cilasun'un sunduğu ilk televizyon haber bülteni yayınlandı. TRT'de o yıllarda tek kamera bulunuyordu ve fotoğraflar kamera karşısına konularak görüntülü habercilik yapılmaya çalışılıyordu. Daha sonra redaktör spikerler nitesi kuruldu ve spikerlerin sunacakları haberleri redakte ederek, hatta kendileri yazarak sunmaları sağlandı. TRT, televizyon haberciliğini hizmet içi kurslarla geliştirmeye çalışmış, yerli ve yabancı haber ajanslarına abone olarak bültenleri zenginleştirmeyi amaçlamıştır (Uyguç ve Genç, 1998: 106).

1968-1971 yılları arasında televizyonun doğasına uygun olarak hazırlanan görüntülü haberlerin yerine 1971'den sonra radyo haber bültenleri aynen

yayınlanmaya başlanmıştır. İçerik, düzenleme ve sıralama açısından her iki araç için hazırlanan haberlerin birbirinden farkı kalmamıştır. Ana haber bülteni ile ilgili çok fazla değişiklik gözlenmezken, kısa haberlerin sunulduğu “Son haberler” 1974 yılında “Güne Bakış” 1977 yılında da “Kapanış Haberleri” adını almıştır (Esen, 1984: 11).

1971 yılında çıkarılan kanunla TRT’nin özerkliği, tarafsız bir kamu tüzel kişisi durumuna dönüştürülerek sona erdiği görülmektedir. 1982 Anayasası ise bu konuyu yeniden düzenlemekte, 133. maddenin 2. fıkrasına kanunun tarafsızlık ilkesini koruyacağını açıkça ortaya koymaktadır. 12 Eylül döneminden sonra 1982 Anayasası’nın 133. maddesine ve 2954 sayılı yasaya göre yayın yapmakta olan TRT’nin yayın ilkelerindeki en önemli özellik, “tek yönlü ve taraflı yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin menfaatlerine alet olmamak” olarak göze çarpmaktadır (Bay, 2007:81).

Yasadaki açık tarafsızlık hükmüne rağmen TRT haberlerinin iktidar partisi yanlısı olduğu bilinmektedir. Haber bültenleri cumhurbaşkanı ile başlamakta iktidar partisi ve oy oranına göre diğer partilerle ilgili haberler verilmektedir. Yapılan bir araştırmada dönemin başbakanı Çiller’in 1 Ocak-15 Şubat 1996 tarihleri arasında haber bültenlerinde 555 dakika haber olduğu, muhalefet partisi liderlerine ise 274 dakika yer verildiği belirlenmiştir (Kars, 1996: 508).

Türk televizyon haberciliği, özel televizyonların yayına başladığı 1990 yılından itibaren farklı bir yapıya kavuşmuştur. Bu süreç tıpkı Avrupa ülkelerindeki benzerleri gibi yayıncılığın bir kamu hizmeti olmaktan çıkıp alış veriş haline gelmesine yol açmıştır. Televizyon programlarının ve haberlerin metalaşması, izleyicilerin müşterileşmesi haber bültenlerini içerik, üslup ve haber seçimi açısından çok değiştirmiştir (Cankaya, 1997: 121).

Kuruluşlarından itibaren Amerikan televizyonlarını örnek alan özel televizyonlar, haberi klipeleştirmekte, kurguyla ve müzikle destekleyerek düzenlemektedirler. Kanalların birbirine benzeyen haber sıralamaları olağanüstü bir olay yoksa, politik haberlerle başlamakta, siyasi parti başkanlarının etkinlikleriyle devam etmekte, dünya haberleri tur şeklinde bültenin sonunda sunulmakta ve bülten

ekonomi haberleri ve hava durumu ile bitirilmektedir. Türkiye’de haber süresi, örnek alınan Amerikan televizyonlarındaki 30 dakikalık süreyi çok aşmakta, 50 dakikaya ulaşabilmektedir. Amerikan televizyonlarında 45-90 saniye olan her haberin uzunluğu da Türkiye’de 3-4 dakikaya kadar çıkabilmektedir. Haberlerin ilginçleştirilmesi için etkileyici spikerler bulunmakta, söz ya da sunucunun beden diliyle habere yorum katılmaktadır. Haberler, ulusal ve uluslar arası haber ajansları yanında her kanalın kendi gazetesıyla ortak kullandığı ajanstan sağlanmakta, hatta daha ileri gidilerek aynı grubun gazeteleri televizyonlarındaki haberi, televizyonları ise gazetelerdeki haberleri tekrar etmektedir (Kars, 1996: 510).

Türkiye’de ulusal televizyon kanallarının haber bültenlerinin başlama saati belli olmasına rağmen bitiş saati ve haberlerin ne kadar süreceği belli olmamaktadır. Son yıllarda bültenlerin Anchorman’lere emanet edilmesiyle artan rekabet, ana haber bültenlerinin başlama saatlerinde de bazen bir dakikaya kadar önce başlama yarışına neden olduğu görülmüştür.

Türkiye’de haber formatı da karmaşık bir yapı göstermektedir. Uzman görüşlerin, yorumların uzun sürmesi, görüntülerin tekrar verilmesi, magazin haberlerinin gündemin ilk sırasına girmesi gibi uygulamalar göze çarpmaktadır. Ancak habercilikte yaygın olan bir uygulama, günün en önemli gelişmesinin, olayının ilk sırada verilmesidir. Bu durum izleyicinin dikkatinin en yoğun olduğu anda haberi izlenmesini sağlarken bir taraftan da olayın gündemdeki yerini vurgulamaktadır. Türkiye’de haber sürelerinin uzun oluşunda ideolojik kaygıyla yapılan haberlerin etkinliğini arttırma amacının etkili olduğu ifade edilmektedir.

Türk Televizyonculuğu 1994 yılından sonra son derece önemli aşamalar geçirmiştir. İlk dönemlerde çok sesli, fikir özgürlüğünün ürünleri gibi faaliyet gösteren televizyonlar, özellikle son on yıldır reyting sistemi diye tanımlayabileceğimiz, ölçme ve izleme sisteminden kaynaklanan yeni bir yapılanma dolayısıyla çok farklı program çeşitliliğine doğru ulaştı. Günümüzde özel yayıncılar özellikle Türkiye çerçevesinde radyo-televizyon kuruluşları kamu yararına çalışan kuruluşlar olma ötesinde tam bir ticari organizasyon olarak görünmektedirler. Özel radyo ve televizyon kuruluşları onlar için bankalardan, sigorta şirketlerinden inşaat şirketlerinden pek de farklı olmamaktadır. Gelir-gider dengeleri, reklamları ile

istedikleri yayınları da yapmak istemektedirler. Halbuki gerek dünyadaki bu işin yaklaşımına bakıldığında, gerek yayıncılığın ruhu iyice analiz edildiğinde, yayıncılığın diğer faaliyetlerden farklı olarak kamu hizmeti anlayışı içerisinde yapılması gereken bir iş olduğu çok iyi kavranması gerekmektedir (Karaca, 2005: 110).

Türkiye’de ulusal televizyon kanallarının sayısının fazla olması haber izleme konusunda izleyiciye çok fazla seçenek sunmasına karşın, içerik olarak televizyonlar birbirinden çok fazla farklılık göstermemektedir. Son yıllarda uydu alıcısı kullanan izleyicilerin sayısının artması ve siyasi hareketliliğin yönü, medyada özellikle ideolojik çeşitliliğin artmasına neden olmuştur.

2000’li yılların başında “Televole Haberciliği” olarak da nitelendirilen magazin haber yayıncılığı son dönemde medyadaki kutuplaşmanın da etkisiyle yerini siyasi haberlerin önceliğini arttırdığı bültenlere bırakmaya başlamıştır. Dört büyük televizyon kuruluşundan biri medya sektörüne yeni giren Çalık Grubu tarafından satın alınmıştır. ATV televizyonunun genel yayın anlayışında net değişiklikler olmasa da haber bültenlerinde yer verilen konular ve siyasi gelişmelere yaklaşım tarzında önemli değişiklikler olduğu görülmektedir.

Üç büyük medya kuruluşu (Doğan, Çalık ve Karamehmet’in elinde bulundurduğu kanallar) ile bunların dışındaki özel televizyon kuruluşları arasında büyük farklar vardır. Yapısal farklılıklar sadece teknoloji ve parasal güçle ilgili değildir. Türkiye medyasının yapısı gibi özel radyo ve televizyon kuruluşlarının bir kısmı güçlü sermayelerin elinde bulunurken bir kısmı farklı cemaatlerin elinde diğer bir bölüm ise siyasi partilerin etki alanı içinde bulunmaktadır (Bay, 2007: 84).

İş dünyası ile televizyonun iç içeliği, haber ve eğlence programlarına bile birer ticari emtia olarak bakılmasına sebebiyet verecek derecededir. Britanya Yayın Organı’nın eski başkanı Sir William Haley, şunları söylemektedir:

“Bugün Amerikalıların hayatındaki her şey gibi haber olgusu da ticaretin yanında ikinci planda kalmaktadır, ticaretin gelişmesi için bir araç niyetine kullanılmaktadır” (Halley’den akt. Schiller, 1993: 251).

Televizyon haberciliğinin olumsuz yanlarının artması izleyicilerin aldığı bilgiyi doğrulatabilecek alternatiflerin azalması güven kaybına neden olmaktadır. Postman izleyicilerin haberleri takip ederken dikkatli olmasını vurgulayarak “Haber bültenlerinde duyduğun her bilginin, o haberi veren televizyon kanalıyla organik ilişkisini araştırın” demektedir (Postman, 1994: 67).

Postman’ın bu tespiti izleyicide haberi izlerken ön yargılar oluştuğunun da bir göstergesidir. Türkiye’de haberi veren kurumun sahibinin siyasi ve ekonomik bağlantıları yapılan haberin içeriğini direkt olarak etkileyebilmektedir. Böylece izleyici, “Bu kanalın bu haberi vermesi son derece doğal” şeklinde bir ön yargıyla haberleri izlemekte ve bilgi ayıklama yöntemine başvurmak zorunda kalmaktadır. Bu sorun Türkiye’deki televizyon haberciliğinde objektiflik konusunun aşılamadığı tezini doğrulamaktadır.

Siyasi bağlantıların haber bültenlerinin içeriğine etkisinin yanında ekonomik kaygıların da haberin içeriği ve doğruluğunu etkilemektedir. Prime-time olarak belirtilen saatlere girişte rakiplerinin önüne geçmek isteyen televizyon kanalları haber bültenlerine büyük önem vermekte, bülten aralarına reklam alınmakta, bu da şiddet ögesine başvurulmasını, magazin haberciliğe yönelimi arttırmaktadır.

Schiller, haber programlarının da diğer programlar gibi seyirci avına çıktığını belirtmektedir. Haberin varlığını sürdürebilmesi, haberler arasına sokuşturulacak reklamlardan elde edilecek gelire bağlıdır. Haberlerin yeterince ilgi çekmemesi, izleyicilerin başka kanallara kayması, dolayısıyla haberlerden sonra yayına giren programların da tehlikeye girmesi sonucunu beraberinde getirmektedir. Yapımcılar, haberlerin yanına ilgiyi çekebilmek için ne tür ilaveler yapabileceklerini bulmak için kafa patlatmaktadırlar. Kent hayatında görülen çürüme, cinayetler, ırkçı eylemler, çevre kirlenmesi ve savaş, milyonlarca insanın günlük hayatının birer parçası olmuştur (Schiller, 1993: 251)

3.2. Türkiye’de Medya Sistemi

Türkiye’de televizyon, küçük yaşlardan başlayarak ölünceye kadar izlenebilen, kültürel donanım ve demografik önkoşul gerektirmeyen bir araç konumundadır. Türkiye’de televizyonun yüzde 95 oranında geniş bir kitleye ulaştığı belirtilmektedir

(Aziz, 1999:143). Türkiye’de televizyon izlenme oranlarının yüksek olduğu, bu konuda Amerika’dan sonra Türkiye’nin ikinci sırada geldiği belirtilmektedir. RTÜK Eski Başkanı Orhan Oğuz, Türkiye’de günde 259 dakika televizyon izlendiğini söylemektedir. Hizmete dönük bir araç olan televizyonun eğitim, spor, kültür gibi hizmetlere dönük çalıştırılabilmesinin ülke için önemli kazançlar sağlayacağı belirtilmektedir (Oğuz’dan akt. Bayram, 2002: 87).

TV izleme oranı Avrupa ülkelerinde ortalama üç saat olarak ifade edilmektedir. Bu rakamların büyük bir kısmının prime-time olarak adlandırılan en çok izlenen zamanda izleyicinin televizyon karşısına geçerek gerçekleştiği düşünülür ve yine televizyon haberlerinin de bu zamanda yayınladıkları göz önüne alınırsa haberlerin etkili içerikler oldukları söylenebilir.

Dünyanın bütün ülkelerinde medyanın en temel görevinin “Kamuoyunu doğru, çok boyutlu, dengeli, hızlı, inandırıcı ve güven verici bir şekilde bilgilendirmek” olarak kabul edilmesine karşın şiddet ve eğlence gibi araçlarla medyanın bu önemli işlevini yerine getirmekten uzaklaştığı vurgulanmaktadır (Duran, 1999:9).

Türkiye’de televizyon haberlerinin şiddet ve eğlence içerikli olmasının önemli nedenlerinden biri, haberlerin de pazarın belirlediği yapı, isteklere göre biçimlenmiş olması ve rating oranlarının haber programlarının başarısı ve popülerliğini belirlemesidir. Yine çok sayıda kanalın olması beraberinde rekabeti getirmiştir (Atabey, 2000: 251).

Medya sistemlerinin güncel işleyişine bakıldığında, birbirinden çok farklı modeller gözlenmektedir. Hallin ve Mancini, medya sistemlerini karşılaştırmak için Batı Avrupa ve Kuzey Amerika’daki medyanın dört farklı boyutuna bakmışlardır: Medya pazarının gelişimi, medya-siyaset ilişkisi profesyonel gazeteciliğin gelişimi ve devletin medya sistemine müdahalesinin derecesi ve doğası (Hallin ve Mancini’den akt. Arsan, 2005: 148).

Arsan, Türkiye’ye en uygun modelin “Akdenizli veya Kutuplaşmış Çoğulcu Model” olduğunu belirterek bu modelin karakteristik özelliklerini Hallin ve Mancini’nin şöyle sıraladığını aktarmaktadır.

- Karakteristik olarak elit merkezli bir basın vardır.

- Basın özgürlüğü ve ticari basının gelişimi geç olmuştur.
- Tirajlar düşüktür.
- Gazeteler genellikle ekonomik olarak marjinal ve devlet sübvansiyonu alırlar.
- Siyasete endeksli bir basın vardır.
- Enformasyondan çok, yorum ağırlıklı gazetecilik yapılmakta ve halkın avukatlığı düşüncesi hakimdir.
- Basının hükümetlerin, partilerin ve politikacıların enstrümanı olması çok yaygındır.
- Gazeteciliğin profesyonelleşmesi tamamlanmamış ve yaygın değildir. Gazetecilik herhangi bir siyasi aktiviteden farklı algılanmaz ve gazetecilik bağımsızlığı sınırlıdır.
- Devlet medya sahibi, düzenleyici veya kurucu olarak büyük rol sahibidir. Ancak, etkili bir düzenleme de yapamamakta, sınırlı düzenlemelerle yetinmektedir (Arsan, 2005: 149).

4. TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN İŞLEV VE ÖZELLİKLERİ

Haber verme işlevi bağlamında yaklaşıldığında televizyon, kısa sürede en fazla etkiye sahip kitle iletişim aracı olarak tanımlanır. Televizyon haber bültenleri aynı zamanda televizyon kanalının prestijini ve güvenilirliğini ortaya koyması açısından önemli görülür. Televizyon bedavadır. Sunduğu içeriğin maliyeti dikkate alındığında bir televizyon alıcısına sahip olmak ve elektrik faturasını ödemek bu içeriğe sahip olmak için yeterlidir. Televizyon demokratiktir. Aynı mesajı aynı anda dileyen herkese iletir. Televizyonun düğmesine basmak yeterlidir. Televizyon anti-elitisttir. İzleyiciden herhangi bir ön koşul istemez.

Televizyon, tüm kültürü yaratan devasa bir toplumsallaştırma aracıdır. Televizyon izlemek için okuma yazma bilmeye, daha geniş bir kültürle buluşmak için bir çok zihinsel yetiyi elde etmeye, yaşanan mekanı değiştirmeye gerek yoktur (Gürçan – Yüksel, 2005: 212).

Norman Swallow, televizyon haberlerine ilişkin iki şeyin kesinlikle söylenebileceğini vurgulamaktadır. “Dinleyicileri sayıca, ulusal gazete okuyucularının tümünü aşmıştır. Ayrıca halkı da günlük olaylara ve olayları yaratan kişilere, daha önce hiçbir aracın yapamadığı biçimde yaklaştırmıştır.” Televizyonda hareket eden görüntülerin olması izleyiciye çekici ve ilginç gelmektedir. Okuma çabasından kurtulmanın yanı sıra muhabirin haberi seçip kısaltması zaman açısından izleyiciyi ekrana çekebilmektedir (Swallow’dan akt. Bayram, 2002: 54).

Öte yandan televizyon en kolay yalan söylenebilen bir iletişim aracıdır. Gerçeği kolaylıkla çarpıtabilme özelliğine sahiptir. En kolay sansürlenebilen kitle iletişim aracıdır. Uluslar arası denetime en açık kitle iletişim aracıdır. Elektronik yapısı, doğal ve kıt kaynak olan frekans ve uydu yörüngelerine bağlıdır.

Görüntünün gücüne vurgu yapan Şeker, bu gücün televizyonculuğun gelişme döneminde bazı önemli olayların yayınlanmasıyla fark edildiğini belirtmektedir.

Televizyonda gösterilen ilk savaş olarak nitelendirilen Vietnam Savaşı sırasında ABD askerlerinin savaş alanındaki gerçek görüntülerinin yayınlanması üzerine kamuoyunda oluşan tepki bu güce ilişkin ilk örnektir. Sonraki yıllarda pek çok savaşa kameraların alınmaması ya da görüntünün askerlerin kontrolünden geçirilmesi televizyon haberinin etkisinden duyulan endişenin sonucudur (Şeker, 2007: 45).

Görüntü olmadan, hatta iyi görüntüler olmadan televizyonun radyodan, gazeteden farkı kalmamaktadır. Görüntüyü bütünleyen bir başka öge ise sestir. Haberlerde yer alan görüntüler tek başlarına haberi anlamayı genelde mümkün kılmaz. Bu yüzden ses ögesi haberlerin anlaşılmasını sağlayan bir yapıyı oluşturmaktadır. Bunun yanında televizyon haberciliğinde olayların geliştiği ya da haber kaynağının bulunduğu yere canlı yayınla bağlanma ve gerçekleşen her şeyi canlı yayınla izleyiciye sunma, haberciliğin vazgeçilmez uygulaması olmaktadır. Bir başka önemli nokta ise zaman ve mekan farkı gözetmeden küçük bir yerel olaydan dünyanın en uzak noktasındaki insanları haberdar edebilmeyi, diğer bir deyişle zaman ve mekan sınırlamalarını ortadan kaldırması, televizyon haberciliğinin öne çıkan özellikleridir (Gürcan ve Yüksel, 2001: 52).

Televizyonun görüntüye bağımlı oluşu, sözlü anlatıma dayanması, özet ve yüzeysel haberciliği zorunlu kılması, canlı yayın yeteneği, eğlence ve gösteri özellikleri, haber üretimi ve sunumu sürecinde yeni haber değerleri ortaya çıkarmıştır. Canlı yayın televizyonun en önemli avantajıdır. Görüntüde yapılan montaj ve kurmaca habere nazaran canlı yayın bir anlamda izleyiciye tarihe tanıklık fırsatı vermektedir. Mutlaka kanalın istediği yayın izlenmekte, kameranın açısı kameraman ya da yönetmen tarafından belirlenmekte ancak gerçeğin değiştirildiği eleştirisi canlı yayın ile görsel medyaya avantaj kazandırmıştır.

Bir dönem televizyonda canlı haber yayını, en özel olaylara saklanan bir ayrıcalıktan teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesi canlı yayın yapmayı büyük marifet olmaktan çıkarmıştır. Kameralar, çanak antenler, mikrofonlar küçüldü. Artık hemen her yerden her an canlı yayın yapabilmek mümkün hale geldi. Bu yetenek, televizyon haberciliğini kökten değiştirdi. Canlı yayın yapmak özel bir ayrıcalık olmaktan çıktı. Amerika'da yerel televizyon birimleri aile kavgalarını bile canlı yayınlamaktadır. Canlı yayın ekipleri olay yerine çoğu kez polisten ve itfaiyeden daha önce ulaşmaktadır (Şahin, 2003).

Televizyon habercileri olayları, olguları aktarırken görüntülerden yararlanır ve kelimelerden çok, iyi seçilmiş görüntülerle haberlerini oluştururlar. Bu yüzden önce görüntülerin montajlanması, sonra haber metninin okunması televizyon haberciliğinde geçerli bir yöntemdir. Televizyon haberleri konusunda dünyada önde gelen Amerikalılar'ın "bir görüntü, bin sözcüğe bedeldir" tümcesi görüntünün önemini ortaya koyan bir ifadedir. Görüntülerle haber vermenin izleyiciler için çekici olan tarafı, izleyiciye olayın içindeymiş duygusu yaşatmasıdır (Bayram, 2002: 60).

Televizyonla haber verme temel nitelikte değişikliğe uğramaktadır. Öneminden bir şey yitirmemiştir, ancak televizyon muhabiri gazete muhabiri gibi tek başına gidip haber göndermez, beraberinde kameraman da götürmesi gerekmektedir. Televizyon muhabirinin işitilmesinin yanı sıra görülmesi de beklenir (Shallow, 1973: 32-33).

Haberlerde genelde göz seviyesi kamera açısı kullanılır. Kameranın göz seviyesi açısında çekim yapmasında dramatizasyon etkisi oldukça azdır. Kamera göz

seviyesinde çekim yaptığı zaman, izleyici ekrandaki görüntünün psikolojik ve dramatik etkisinde kalmamaktadır. Ancak alt ve üst açı çekimlerinde psikolojik etkilerin oluşması olasıdır. Örneğin üst açı çekiminde kamera konu ya da nesneye yukarıdan baktığı için konu güçsüz ve küçük durumda görülür. Alt açı ise üst açının tam tersine abartılı şekilde büyütme gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Orhon, 2004: 54).

Televizyonlar ve radyolar olarak gazetelerin okunma sıklığını azaltıyor gibi görünse de, yazılı basının da bu araçlara oranla son derece avantajlı yönleri vardır. Her şeyden önce, yazılı basın okuyucuya, istediği zamanda, istediği rahatlıkta, istediği hızda okuma imkanı sunmaktadır. Televizyonlarda ve radyoda hızlı bir şekilde geçen görüntüler ve ses vardır. Tekrar geriye dönüp, bakma imkânı yoktur. Ancak, bu yazılı basının çok önemli bir avantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Anlaşılmayan yerler tekrar okunabilir (Kalender, 1999).

Radyo ve televizyon muhabirleri, yazı işleri çalışanları ya da üretimde çalışan insanların sahip olduğu hikayeyi tekrar kontrol etme lüksüne çok ender sahip olurlar. İster bir savaş bölgesinin ortasında olsun ya da savaş karşıtı yerel bir gösterinin ortasında, genellikle ayakta düşünmek, konuşmak ve sürekli yorumlarda bulunmak zorunda kalırlar. Gazete ve radyo yayıncılarının bültenleri, genellikle gazete muhabirlerinininkinden daha kısa ve daha sık olur ve bu yayıncılar işlerini daha kısa sürede yetiştirmek zorundadırlar. Örneğin bir otobanda meydana gelen ve çok sayıda ölümle sonuçlanan bir kazayı anlatan bir televizyon muhabiri, başkalarının sözcüsü olmak, olayın görgü tanıklarıyla konuşmak zorunda kalabilir ve aynı zamanda da bir saatten az bir süre içinde ilk çekimleri göndermek zorunda kalabilir (Browne, 2001: 110).

Şeker, televizyon ile gazete haberinin toplanma ve yayınlanma sürecindeki farklılıkları ve televizyon haberine özgü kuralları aktarırken görüntü ögesine vurgu yapmaktadır.

▪ Televizyon için haber takip edilirken, haberin görüntüsüne de ulaşma zorunluluğu vardır. Gazete haberi çoğu zaman fotoğrafsız olarak verilebilirken

televizyon haberinin çok zorunlu haller dışında görüntüsüz verilmesi uygun olmamaktadır.

- Televizyon haber ekibi en az bir kameraman ve bir muhabirden oluşur. Kameraman olay yerindeki görüntüleri, kullanılabilirliğini de gözeterek ve kendince bir eleme yaparak kaydeder. Muhabir ise kameramanla koordineli olarak olayı anlatmaya ve çözümlemeye çalışacaktır.

- Televizyonculukta haberi muhabirin olay yerinde anlatması giderek yaygınlaşan bir uygulamadır. Stand-up sunuş denilen bu anlatım tarzı, canlı olabileceği gibi kimi zaman önceden de kaydedilebilir.

- Televizyon için yazılan bir haber, eldeki görüntüyle paralel olarak ilerlemek zorundadır. Bu yüzden haber bilinen kurallarına göre yazılırken, görüntünün de ona göre kurgulanması, o anda haberde söz edilen olay, kişi ya da mekanın görüntüye gelmesi gerekir.

- Televizyon haberinde perfore olarak okunacak kısmı mümkün olduğunca kısa tutmak, olayla ilgili bilgi ve açıklamaları, olayın aktörlerinin kendi sesinden vermek yoluna gidilmelidir. Gazete haberinde tırnak içinde verilen açıklamalar, televizyon haberinde kişinin kendi sesinden verilir. Haberde olay yerinde kaydedilen doğal sesler mutlaka kullanılmalıdır (Şeker, 1999: 79-80).

Olcayto da Televizyon haberciliğinde muhabir, kameraman, kurgu elemanı ve redaktörün bir bütün olduğuna işaret etmektedir. Televizyon haberciliğinde ön planda görüntü malzemesi yer alır. Bu nedenle, muhabir kameraman uyumu özel bir önem taşır. Bu ikili, gittikleri her olayda nasıl bir haber çıkaracaklarını kafalarında kurgulamalıdır. Muhabir, haberini hazırlarken yazı olarak değil görüntü olarak düşünmeli, ekrana nasıl yansıyacağını tasarlamalıdır. Muhabir haberini yazarken, kameraman da editörüyle iletişimini kesmeme durumundadır. Televizyonda obje hiçbir zaman muhabir ya da spiker değil sadece konuşmacıdır. İzleyici, orada sorunun cevabını verecek konuşmacıyı görmek isteyecektir. Asıl amaç ve önemli olan haberi anlamak, haberin kaynağıyla izleyiciyi karşı karşıya getirmektir (Olcayto, 1997).

Haberlerde canlandırmalar izleyicinin kafasını fazlaca karıştırmaktadır. Arşiv malzemesi kullanıldığında bunun mutlaka belirtilmesi gerekmektedir. Çünkü haberi salt daha dramatik ve daha izlenir kılmak kaygısıyla canlandırmalara gitmenin savunulacak yeri olmamaktadır. Dramatik ve travmatik habercilikten de kaçınılmalıdır. Özellikle şiddet olayı tekrar tekrar gösterildiğinde birinci izlemede görünen olay anlaşılmaz bir şekle sokulmaktadır (Ertan, 1998).

Alex Kendrick televizyon haberciliğinin temel farklılıklarından bahsederken gerçekliklerin televizyonda değiştiğini ya da insanların televizyon kamerası önünde gerçekten uzaklaştıklarını belirtmektedir. Haber yaratanlar, politikacılar, ayaklananlar, eyleme geçenler, televizyon görevlilerinin aralarında gerçek davranışlarından uzaklaşıp, bir yerde yapma bir tutuma girip, oyun oynamalarıdır. Bir devlet başkasının tutumu gazetecilerle yaptığı bir basın toplantısında ayrıdır, televizyonda görüneceğini bildiğinde ayrıdır. Politik bir gösteri düzenleyen kişiler, televizyon görevlilerinin aralarında bulunduklarını bilirlerse, çevredekileri etkilemeyi bir yana bırakıp televizyonda kendilerini izleyecek milyonlarca kişiye göre davranışlarını sürdürürler (Kendrick'ten akt. Shallow, 1973: 32-33).

Olayın televizyon haberi olarak izleyenlerin karşısına geldiği süreç incelendiğinde düzenli işleyen bir zincire tanıklık etmiş oluruz. Süreç olayın kendisi ile başlamaktadır. Olay, günlük yaşantımızın parçası yer alan bir durum olarak vardır. Yani, olayın kendisi olarak vardır. Oluş süresi içerisinde ait belirleyicileri vardır ve habere ilişkin bir dış etki altında değildir. Elbette bu durum yapay olmayan, kurulmamış haberler için geçerlidir. Olumlu veya olumsuz bir olay olabilir ama insana özgü, insanın evrenine ait bir durumdur (Orhon, 2004: 15-16).

İzleyici karşısındaki gerçekliğe bir yere kadar tanık olabilmektedir. Hiçbir şekilde olayın yanlı aktarılması söz konusu olmasa da kameramanın ve muhabirin gördüklerinden, duyduklarından ve bunların içerisinde önemli addettiklerinden haberdar olunabilmektedir. Saatlerce süren bir konuşmanın içinden bir dakikalık bölüm alınmakta, saatlerce süren bir eylemde sadece göstericilerin polis tarafından coplandığı ya da hükümet aleyhine attıkları sloganlar habere alınabilmektedir. Dış dünyada yaşananları kısa bir sürede öğrenebilmek için olayların gerekli ayrıntılarından da mahrum kalmayı izleyici göze almak durumundadır. Evinde

televizyon karşısında oturan izleyici bir kameramanın gözüyle dünyaya bakmaktadır. Ayrıca çekimler sonrası eksik ya da eksiksiz karşısına çıkması gereken olay, haberin yapımı sürecinde de bazı eklemeler ya da çıkarmalarla tamamen kurgulanmış bir şekilde izlenmektedir.

4.1. Haberde ve Habercide Bulunması Gereken Özellikler

İzleyici ya da okuyucuyu eksiksiz bir şekilde bilgilendirecek haberde bazı özelliklerin bulunması gerektiği, haber yazımında nelere dikkat edilmesi gerektiği yapılan bir çok çalışmada ortaya konulmuştur. Habercilikte klasik haline gelen 5N 1K kuralı haberi alan hedef kitlenin aklında soru işareti kalmaması için Ne, Nerede, Ne zaman, Nasıl, Neden ve Kim sorularının cevabının bulunması gerekliliğini anlatmaktadır.

Kimi zaman bu unsurlardan biri ötekinden daha önemli olabilir, ancak bu önemsiz olan unsurun haberde belirtilmemesini gerektirmemektedir. Olaylar, durumlar ve açıklamaların ne olduğu, kim tarafından yapıldığı, ne zaman olduğu, nasıl meydana geldiği gibi ayrıntılar haberde yer almıyorsa, bu haber eksik bir haberdur. Dolayısıyla okur ya da izleyici gerektiği kadar aydınlatılmamış olur. Gazeteci tarihe tanıklık eder. Tarihçi gibi olayları derinlemesine araştırmaya da, yazılan haberler yaşanan günün tarihe bıraktığı izlerdir. 5N 1K unsurlarının eksik olması okuyucu ya da izleyicinin kafasında soru işaretleri doğurur ve gazeteciye olan güveni sarsar (Arsan, 2005; 139).

Haberde kullanılan dil de önem taşımaktadır. Hedef kitledeki eğitim düzeyi her ne olursa olsun herkesin anlayabileceği sade bir dil kullanmak gerekmektedir.

Temiz bir dil, temiz bir haberdur. Gazeteci, kullandığı dile hakim olmalıdır. Yapılan araştırmalar, anlaşılır haberlerin yüzde 75'inin 20 kelimeyle, yüzde 17'sinin de 40 kelimeyle anlatılan haberler olduğunu ortaya koymaktadır. Lise öğrencilerinin bir olayı ortalama 40-50 kelimeyle anlattığı düşünülürse kamuoyunu aydınlatma, bilgilendirme, uyarma görevi gören gazetecilerin okunmak ya da izlenmek için hep kısa anlatım taktikleri kullanmaları gerekir. Haber yazarken gereksiz tekrarlardan sakınılmalıdır (Arsan, 2005: 144).

Haberle ilgili aktardığımız bu bilgilerin merkezinde şüphesiz haberci / gazeteci bulunmaktadır. Haberi izleyicinin önüne getiren habercilerde de doğru haberi yakalayabilmesi, yazabilmesi, yayınlatabilmesi ve sonrasında takip edebilmesi için bazı özelliklerin bulunması gerekmektedir.

Vural, habercide bulunması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır.

- Yansız olacak.
- Önemli ve doğru haberin peşinde olan bir kimliğe sahip olacak.
- Dürüst ve kültürlü bir kişilik olacak.
- Gazeteci tanıdığı insan sayısını her gün artıran kişidir.
- Ufku geniş, diğer deyişle vizyon sahibi, geleceği görebilen, kendine güvenen kişidir.
- Korkan, çekinen, konuşmaktan utanan, sıkılan insan gazetecilik yapamaz, atılmalı.
- Dili, konuşması kolay anlaşılabilen bir insan olacak.
- Hızlı hareket eden bir insan olacak.
- Eğitim düzeyi ve sezgi gücü yüksek olacak. Olanaksızlıklar nedeniyle eğitim düzeyi aşılamıyorsa, kişisel olarak kendi eğitimini geliştirebilecek.
- Haber kaynaklarını koruyan kişiler olmalıdır (Vural, 2000).

Habercinin kaynağıyla ilişkileri konusu da birçok sorunu beraberinde getirmiş ve etik olarak tartışılan konuların başında gelmiştir. Gazeteci kaynağıyla ilişki kurarken kendisini sürekli merkezde görmekte bu nedenle mesafeyi koruyamamaktadır.

Gazeteci Politikacılar, sanatçılar, üst düzey bürokratlar ve popüler yıldızlarla sıklıkla bir araya gelir. Mesleğin doğasından gelen bu ilişki biçimi, kimi zaman gazeteciler tarafından yanlış bir biçimde kendilerine özel bir ilişki olarak algılanabilir. Bu doğru değildir. İnsanlar gazetecilerle, temsil ettikleri yayın kuruluşunun temsilcisi olarak ilişki kurarlar. Bu nedenle gazetecilik adına kurulan ilişkileri şahsi menfaatler adına kullanmak, çıkar sağlamak yanlıştır. Sıklıkla

söylendiği gibi, gazetecilik bir “temas ve mesafe” mesleğidir. Yani gazeteci ilişki kurar ama hep belli bir mesafeyi korur (Arsan, 2005: 150).

Gazeteci bütün güç-iktidar odaklarına, kendisini yakın hissettikleri de dahil, belli bir mesafede duramazsa o gazeteci değil, sıradan bir propaganda elemanı olmaktadır. Bu yüzden gazetecilik yaparken, kaynakla mesafenin korunması gerekmektedir (Eryılmaz, 2005: 166-167).

Talu da habercinin kaynakla kurduğu ilişkileri irdelerken, önemli noktalara değinmektedir: “Gazetelerde yahut televizyonlarda çıkan birçok haber halkla ilişkiler kaynaklı gelmektedir. Sadece Türkiye’de değil, batıda da yaşanan bu durum nedeniyle haber aynen girmekte ve gazetecinin fonksiyonu ortadan kalkmaktadır. Bundan daha vahim olarak doğrudan yönlendirmeye dönük, “benim adamım” türünden gazeteciler yaratılıyor. Cumhurbaşkanı’nın adamı gazeteciler, başbakanın adamı gazeteciler, bir sonraki gelen başbakanın kendi adamı gazeteciler, iş adamının sevdiği gazeteciler, yurt dışında gezilere götürülen gazeteciler, derken gördüğünü, yaşadığını yazmak gibi masum bir amaçla da olsa, çoğu zaman bir propagandacı, bir halkla ilişkiler şirketi uzantısı konumuna düşürülüyor gazeteci” (Talu, 1999).

İKİNCİ BÖLÜM

1. YERELLİK KAVRAMI VE KÜRESEL YAYINCILIKTAN YERELE YÖNELİŞ

Yerel kavramı üzerinde iki farklı tanım yapılmaktadır. Coğrafya olarak küçük bir bölge, yerel olarak tanımlanabilirken belli bir organik bütünlüğü olan insan toplulukları da yerel kavramı kapsamında düşünülmektedir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde yerel sözcüğü, belirli bir yer ile ilgili olan, mahalli, mevzi, lokal olarak tanımlanmıştır. Yerel ve yerellik kavramı öncelikle bir mekan sorunudur. Bu mekan, fiziki sınırları olan, insanın havasını, suyunu, taşını, toprağını bildiği memleketinden, (bu; köy, kasaba olabileceği gibi büyük bir kent ya da bir ülke de olabilir) sınırları olmayan hayali bir cemaate kadar her yer olabilmektedir.

Çağdaş küreselleşme kuramına göre “Küreselleşme bütünüyle çelişkili bir süreç olan türdeşleşme ve farklılaşmadan oluşmaktadır. Yerelleşme ve küreselleşme arasında karmaşık bir etkileşim söz konusu olduğu gibi, küreselleşme süreçlerine karşı çıkan güçlü direniş hareketleri de vardır” (İrfan Erdoğan, Evrim, Devrim, Toplum ve Değişim <http://media.ankara.edu.tr/erdogan/makaleler.htm>).

Globalleşme süreci içerisinde, uluslar arası ekonominin yeniden yapılandırılması, ekonomik avantajın sağlanması ve idamesinde enformasyonun önemli bir role sahip olduğu kabul edilen bir gerçektir. Enformasyon aktarımının en hızlı ve etkili yolu, iletişim teknolojilerinin kullanmak olduğu için iletişim teknolojileri ve kitle iletişim araçları olmaksızın bir globalleşme sürecinden söz edilememektedir. Ancak bir tarafta durum böyle iken, diğer taraftan kimi yöreler, görünürde global ilişkiler içerisinde yer almalarına rağmen, aslında yerele dönüş eğilimi göstermekte ve global ilişkilerden koparak kendi içlerine kapanmaktadırlar (Işık, 2000: 78).

Vural da küreselleşme süreci içerisindeki yerele yönelim hareketini doğrularken, bu sürece girmiş bireylerin, uzun vadede yakın çevrelerine karşı bir soyutlanma ve yabancılaşma yaşayabildiklerini ve bunun neticesinde yerel kültüre ve yerel çevreye daha fazla ihtiyaç duyabildiklerini belirtmektedir (Vural, 1996: 1063).

Günümüzde ulusal ekonomilerin gerilediği, finansal ve sınai alanların, artan bir biçimde çok uluslu firmalarla kontrol edildiği, küresel olarak yönlendirildiği ve uluslar arası bir biçimde bütünleştirildiği görülmektedir. Bu süreçte yayıncılık alanında üretim yurtsuzlaştırılmakta ve ulus ötesi yayın sistemleri gelişmektedir. Ancak aynı zamanda yerel üretim ve dağıtım şebekeleri yönünde de önemli gelişmelere tanık olunmaktadır. Kablolulu yayın teknolojileri kitlesel piyasaların parçalanmasını kolaylaştırmaktadır. Yerel ve bölgesel üretim kompleksleri de gelişmektedir. Küresellikle yerellik arasındaki gerilim, yayıncılıkta ulusal odak noktasının önemini kaybetmekte olduğu ve kamu hizmeti anlayışının çökmekte olduğu bir zamana rastlamaktadır (Robbins ve Morley'den akt. Kaypakoglu, 2002: 123).

Küreselleşme ve yerellik ayrı bağlamlarda değerlendirilse de, her ikisinin de dinamikleri farklı olmasına karşın birbirlerini destekleyebileceği düşünülmektedir. “Küreselleşme, ekonomik, sosyal ve siyasal benzeşmelerin ve yakınlaşmaların benimsenmesi anlamında çağdaş ve etkin akımlardan birisidir. Fakat küreselleşme yerelliğin ortadan kaldırılması anlamında kabul edilmemektedir (Çukurçayır, 2000: 109).

Uluslar arası pazarlama ve ticaret şirketlerinin uyguladığı yöntemin temelinde yatan görüş, küresel ve yerel karşıtlığı yerine bu iki olgunun birlikteliğini öngörmektedir. “Küresel düşün yerel uygula” kuralı böyle bir anlayışın ifadesidir (Bayram, 2002: 70).

Bir yandan fast food türü yiyecekler, kıyafetler tek tip insan yaratırken, küresel sermaye yerel olanı kabul etmiş, yerel değerlerin ortaya çıkardığı ihtiyaçları karşılamak için harekete geçmiş ve yayıncılık yoluyla da ülkelerin kültürlerine ürün satma yoluna gitmeye başlamıştır. Tüm dünyada faaliyet gösteren bir beyaz eşya firmasının Ortadoğu’da bir ülkenin insanların aile kurarken ev eşyasına verdiği önem üzerinde durarak reklam ve yayıncılık faaliyetlerine başvurabilmekte, yerel kültürleri, yerel yayınlar üzerinden destekleyebilmektedir.

Çok fazla enformasyonun, haberin, mesajın iletişim araçlarında yer alması, insanın yaşadığı yakın çevresiyle, yöresiyle ilgili olmayan haberlerle karşılaşması

anlamına gelmektedir. Giderek önemsizleşen ve tutarsızlaşan enformasyona maruz kalmak, televizyon izleyicileri için çözümleme ve sentez yeteneğinin ortadan kalkması sonucu doğurabilir. (Mutlu, 1999: 221)

1960'lerden itibaren Avrupa, toplumsal dinamiklerin ivmesiyle siyasal tercihini benzerlikten, farklılıkları tanımaya, merkezileşmeden yerinden yönetime, kamu tekellerinden özel girişime doğru değiştirmeye başlamıştır. Ulus devletler içinde kültürel, toplumsal ve özellikle etnik farklılıklar benzerlik politikasından ziyade farklılıkların tanınması politikasına doğru bir geçişi zorlamıştır. Bunda savaş sonrası dönemde Avrupa ülkelerine işgücü olarak dağılan farklı etnik azınlık grupların kendi kimliklerini yaşatma mücadelesi kadar aynı ülke vatandaşlarının siyasal, toplumsal ve kültürel olarak dengeli olarak iletişim araçlarında seslerini duyuramadıkları eleştirisi de oldukça etkili olmuştur (Timisi, 1997: 7).

Avrupalıların siyasal ve kültürel kimlikleri daha çok kentler, kasabalar ve bölgelerdedir. Avrupa'nın bütünleşmesinde önemli rol oynayan yerellik/yerindenlik yanında bölgeler komitesi adıyla danışma organı kurulması üzerinde durulmuştur. Gerek Avrupa Birliği kurumları, gerekse Avrupa Konseyi'nin büyük önem attığı yerindenlik ilkesi yerel ve bölgesel yönetimlere daha çok yetki aktararak özerkliklerin arttırılmasını öngörmektedir. Yerellik ve hizmette halka yakınlık ilkesi Maastricht anlaşmasında da yer almıştır (Esen, 2008: 15).

Avrupa'da 1980'lerden başlayarak, yerel/bölgesel örgütlenmelerin de desteğiyle küçük ülke ve bölgelerdeki medya endüstrilerinin desteklenmesi çerçevesinde Avrupa topluluğu nezdinde lobi çalışmaları başlatılmıştır. Böylelikle yerel medya kuruluşlarının rating kaygısı duymadan yayın yapabilmeleri için yatay bir örgütlenme formu içerisinde fonlar sağlanmaya çalışılmaktadır. Örneğin yerel dillerde yayıncılık yapacak olan kuruluşların çok az bir nüfusa sesleniyor olmaktan ötürü yayın yapamaz duruma gelmelerinin önüne geçilmeye çalışılmış, global medya şirketlerinin izlediği stratejilere meydan okunmaya çalışılmıştır. Çünkü yerel medyanın ancak böyle bir örgütlenme ağı içerisinde, alternatif bir yayın politikası ve dili oluşturabilmesi, başka ifadeyle yeni kültür ve kimliklerin izini sürüp, onlarla ittifaklara girebilmesi, en küçüğünden en büyüğüne kadar bütün iktidar

ilişkilerindeki eşitsizliklerden muzdarip olanlarla dayanışma kurabilmesi mümkündür (Güven, 2007: 336).

Uluslar arası ve ulusal televizyon yayınları karşısında yerel düzeyde etkileşimli bir yayıncılık için sivil toplum örgütleri, gönüllü kuruluşlar, yerel yönetimler gibi örgütlü toplumsal gruplar kendi yerel televizyonlarına sahip olmaktadır. Bunun örneğini İngiltere’de görmek mümkündür. Yerel televizyon kanalları alternatif projeler üreterek faaliyetlerini yerel düzeyde sürdürmektedir. Demokratik bir yapıda küçük şehirler (Cordiff, Newcastle, Manchester, Birmingham) yerel topluluklar oluşturarak kendi yerel televizyonlarına sahip olmuşlardır (Morley ve Robins’ten akt. Bağardı, 1999: 105-106).

Yayıncılıkta gelinen bu aşama ve şartlarda yerel medya, bireylerin en büyük yardımcısı ve başat kaynağı olmaktadır. Çünkü yerel medya, misyonu ve işlevleri itibariyle ait olduğu yerin toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasi yapısını ortaya koymakta ve bu şekilde bireylere “yaşanan yer” duygusunu kazandırmaktadır (Bekiroğlu, 2006: 92).

Olaya diğer açıdan bakıldığında ise bazı yörelerin medyanın önderliğinde gerçekleşen global ilişkiler içerisinde yer almasına ya da böyle görünmesine rağmen; gerçekte global ilişkilerden koparak kendi içerisine kapanabildiği ve gelişmekte olan global kültürden, bugüne kadar dışlanmış kimliklerin yeni özneler, etnik grup ve cemaatler olarak ortaya çıkışına ve kedileri için konuşma araçları edinmelerine zemin hazırlayabildiği, yerel medyaların bölgesel cemaatçiliğe ve milliyetçiliğe yol açabileceği dolayısıyla da globalleşmenin aslında beraberinde yerleşmeyi getirebildiği de unutulmamalıdır (Işık, 2001: 43).

İçinde yaşanan süreçte farklı kültürel grupların medyayı kullanmalarının engellenmesi, uluslar arası konjonktür (gelişmiş ülkelerin talepleri) ve gelişmekte olan ülkelerdeki siyasal iktidarlarının giderek azalan parasal kaynakları dikkate alındığında, mümkün görülmemektedir. Küresel yayınlar ve yerel medya ya da farklı grupların kültürlerini medya aracılığı ile koruyup geliştirmesi, kültürel zenginlik olarak tanımlanabilirse de, bu gelişmenin ulus devletler için sonun başlangıcı olduğu açıktır (Kaypakoğlu, 2002: 134).

Küreselleşen dünya ve yayıncılık faaliyetlerinin oluşması küreselleşme içindeki türdeşleşme sürecinin bir sonucudur. Tektipleşen yayıncılık faaliyetlerini aşabilmek için alternatif araçlar, mekanlar ve mecralar gerekmektedir. Yerel medya kuruluşları ve özellikle de yerel televizyonlar türdeşleşen yayıncılık faaliyetlerine karşı bir direnç noktası ve bir alternatif olabilmektedir. Küreselleşmenin dayattığı türdeşleşmeye farklılaşma ile karşılık verilebilir.

2. YEREL MEDYANIN ÖNEMİ VE TÜRKİYE'DE YEREL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaştırmaya çalıştığı; gündelik yaşamda etkileri görülmeye başlanan bir küresel kültürün varlığından söz edilmektedir. Ancak, küreselleşmeden yana olmayıp yerel özgünlükleri yaşamak ve yaşatmak isteyen düşüncedeki grup ve toplulukların da varlığını çeşitli girişimler ortaya koymaktadır. Öyle ki ülkelerin içinde yaşayan insanlar farklı ilgi ve etkinliklere yönelerek farklılaşmakta ve bu farklılıklarını hissederek yaşamak istemektedirler. Ancak, insanlar bir taraftan da özellikle kitle iletişim araçlarının oluşturduğu ortak değer ve modaları benimseyerek ortak bir kültürün ürünlerini paylaşmaktadırlar. Evrensel kültür kalıpları bireylerin toplumsallaşmalarında yer almaya başlarken yerel ve geleneksel kültür değerlerinin unutulmaması ve yaşatılmasında yerel televizyon kanalları önemli bir işlevi yüklenmek durumunda olmalıdır.

Küresel/ülkesel medyanın iktidarlara olan ilişkileri düşünüldüğünde, demokrasinin yerelleşmesi, yaygınlaşması, çoğulculuğun korunması bakımından yerel medyaya önemli sorumluluklar düşmektedir. Küresel veya ülkesel medya, benzer kaynaklardan sunulan bir haber anlayışını gündemleştirmektedir. Genel olarak global sorunlarla ilgilenilmekte ve yerel olana, sokaktaki insana karşı haber filtre sistemleri devreye girmektedir (Güven, 2007: 332).

Bu bağlamda televizyon ve radyonun yaygınlık kazanmadığı dönemler, yerel yayıncılığın öneminin anlaşılmasında çıkış noktaları vermektedir.

Yerel basın yörelerinin dünyaya açılan penceresi konumunda hizmet gören çok önemli bir unsur olmuştur. Teknolojinin ve şartların gelişmesi ile birlikte çok uzak

mesafelerin dahi yakın olduğu, alternatiflerin çeşitlilik sınırlarının zorladığı günümüzde ise haberin kapsamı açısından fevkalade büyüyen dünya nedeniyle, yaygın basının gerekli ve yeterli derecede ilgilenemediğı yöreler için yerel basın, çevrenin ve yöre halkının adeta gözü, kulağı ve dili konumunda bulunmaktadır. Bu bakımdan kamuoyu oluşumunda ilk halka, görevini yapan yerel basın, kitle iletişim araçları içerisinde yerel bağlamda bir öncü olarak değerlendirilebilmektedir (İzgi, 1992: 81).

Girgin, yerel basını; “Bölgenin ve bölgede yaşayanların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretilebilecek çözüm önerilerini gündeme getiren, tartışan, yerel yönetim ile merkezi yönetim arasında köprü işlevi gören, halkın gözü kulağı olduğu kadar, yerel yönetimin dili de olabilen bir işleyişle, kişileri küreselleşme girdabından biraz olsun alıkoyabilen bir araç olarak nitelendirmektedir (Girgin, 2001: 161).

Gürcan ve Yüksel ise, yerel basını; “Ülke geneli yerine daha dar bir dağıtımla bir ya da birkaç il/ilçedeki okura ulaşan, belirli il ya da bölgeye ilişkin haberlerin yoğunlukta bulunduğu basılı periyodik yayınların bütünü” olarak tanımlamakta ve yerel basın örneklerinde ilk, ilçe ya da bölgelere yönelik sorunların gündeme getirilip tartışıldığını ifade etmektedirler (Gürcan ve Yüksel, 2001: 7).

Demirkent ise yerel basının, bütün hizmetini yayımlandığı şehre yönelik olarak yapması gerektiğini ve şehrin varlığını koruduğu takdirde ülkenin bütünlüğünde bir önem kazandığını ifade etmektedir. Bu bağlamda yerel basın, öncelikle kendi yöresinin örf ve adetlerini, kültürünü, folklorunu, yiyeceğini ve dünya anlayışını koruyup yansıtmalıdır (Demirkent, 1999: 75-76).

Televizyon yayıncılığında son 20 yıldaki gelişmeler küresel ölçekte yayın yapan kuruluşları ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişim araçlarının küresel olarak gelişmesi, içeriklerin de benzeşmesine neden olmaktadır. Ancak bir taraftan da kendi farklılıklarını, özgünlüklerini yaşayabilmek, yaşatabilmek için yerel olana yönelmektedir. Bu durumda da yerel kitle iletişim araçları önem kazanmaktadır.

Yerel habercilik, bir kentte, bölgede yaşayan insanların yaşamını doğrudan etkiler. Yerel habercilikte, yerel demokrasiye katkı, demokratik katılım, yerel

sorunların çözümü gibi konularda önemli bir işlev taşıyan yerel televizyonlar, aynı zamanda yerel ekonominin işleyişine, yerel gündemin oluşmasına, ortak bir kimliğin oluşmasına katkı sağlar.

Yerel televizyonlar açısından haber verme işlevinin genelde güvenlik, politika, sivil toplum ve belediye haberleri çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir. Kentte yer alan haber kaynakları açısından yapılan habercilik ve haber anlayışının insanları daha fazla bilgilendirmesi yönünde geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü insanların yakın çevrelerinde olan bitenlerin, insanların yaşamını doğrudan etkilediği ve “Yakın olan önemlidir” anlayışıyla gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır (Bayram, 2002).

Yerel motif ve değerlerin yozlaşması olasılığına karşı yerel televizyonlar, yerel kimliği koruma yolunda önemli araçlar olarak görülmektedir. Küreselleşme, tüm yerküreyi çevreleyen bir sözcük olarak dünyanın tek bir birim olarak algılanmasını ifade etmektedir. Bu durumu ortaya çıkaran yerkürenin böyle algılanmasını sağlayan önemli bir etken ise iletişim araçlarıdır (Şahin, 1991: 15).

Amerika’da televizyon, geniş bir coğrafya nedeniyle merkezi yayın yerine yerel yayıncılığı ön plana çıkarmıştır. Yerel televizyonların gündelik yaşamın içine girmesi bir ölçüde televizyonun haber verme işlevi açısından önemli bir kaynak olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Amerika’da milyonlarca televizyon izleyicisi, haber alma konusunda yerel televizyon kanallarını seyretmekte ve bu haberlere güvenmektedir. Haberler toplam 20-25 dakika sürmesine rağmen kamu kurum ve kuruluşlarıyla ilgili haberler, yerel sorunlar ve olaylar, güncel bir şekilde izleyiciye aktarılmaktadır (Kaniss’ten akt. Bayram, 2002: 85).

Yerel televizyon haberleri, yaşanan kent ve çevresi hakkında ve kamuoyunu ilgilendiren konularda haberler vererek yerel iletişimi sağlar. Haberleri İstanbul ve Ankara merkezli olan ulusal televizyon kanalları, yerel haberleri ya çok kısa vermekte ya da gündemine almamaktadır. Seyhan Bağardı, ulusal televizyon kanallarının haberleriyle yerel kanalların haberleri arasındaki farkı şöyle açıklamaktadır: “Yerel televizyonlar, siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel enformasyonu çeşitli olgular arasında bağlantılar kurarak yöre halkına sunarlar.

Ayrıca haber verme işleviyle yöredeki ekonomik sistem ve işleyişiyle ilgili olarak halkı bilgilendirirler (Bağardı, 1999: 101).

Yerel basının tarihsel süreci incelendiğinde, Türkiye Cumhuriyeti'nin var edilmesinde önemli görev ve sorumluluklar üstlendiği görülmektedir. Milli Mücadele yıllarından bu yana sorumluluk anlayışını geliştirmek suretiyle, demokrasinin tüm kurum ve kurullarıyla işlemesine de önemli katkılar sunmuştur (Solak 2005, 134-136). Mustafa Kemal Atatürk de basının önemini kavramış, “fazilet adaları” olarak tanımladığı yerel basının, kurtuluş savaşı sırasında, toparlayıcı, halkı emperyalist işgale karşı mücadeleye yönlendirici tavrından istifade etmiştir. Bu nedenlerden ötürü de yerel basın Anadolu Basını adıyla da anılmaktadır (Girgin, 1997: 39).

Anadolu Basını Türk toplumunun ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel özelliklerini yansıtan bir ayna gibidir. Anadolu Basını, siyasal örgütlenmelerde çoğu zaman siyasi partilerin temel alt yapılarını oluşturmaktadırlar. Anadolu gazetelerinin sahipleri ve yöneticileri, genel olarak yörelerinin toplum liderleri, toplumsal ve siyasal güç odakları konumundadırlar (Kurşun, 2007: 378).

Yayıncılıkta yerellik kavramının farklı tanımlamalara konu olduğu söylenmektedir. Coğrafi açıdan yerellik, sınırları coğrafi açıdan çizilmiş bir yayın alanına karşılık gelmektedir. Amerika'daki yerel yayıncılık coğrafi açıdan tanımlanmış bir örnektir. Bu durumda elektronik sinyallerin ulaştığı alan dikkate alınmaktadır. Toplumsal yerellik ise, ortak kültür, zevk, değer ve çıkarlar çerçevesinde bir topluluğa yapılan yayınları kapsar. Dağınık ya da toplu olarak bir yörede yaşayan ortak çıkar ya da değerlere sahip insanlar için yapılan yayıncılık örneği Avustralya'da Aborignal Radyo'dur (Timisi, 1998: 9).

Türkiye'de ise yerel yayın kavramı, vericinin gücü ve sayısı ve coğrafi kapsama alanı belirlenerek ifade edilmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluşunu sağlayan 3984 sayılı yasa kapsamında yer alan, “Radyo ve Televizyon Yayın İzni ve Lisans Yönetmeliği”nde yerel yayın kavramının tanımı şöyledir:

“Yerel yayın: Mülkî taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını ifade eder” (www.rtuk.org.tr).

Türk yayıncılık sistemi bilindiği gibi TRT üzerinden biçimlendirilen bir uygulamanın izlerini halen taşımaktadır. Ancak 1990'lı yıllarla başlayan özelleşme süreci, yerel yayıncılık için de olanak açmış gibi görünmektedir. Türkiye'de radyo ve televizyon yayınları başlangıcından itibaren belirli bir coğrafi mekana bağımlı kılınmıştır. Ulusal, bölgesel ve yerel yayın alanları vericinin gücü sayısı ile coğrafi kapsama alanı dikkate alınarak belirlenmiştir (Timisi, 1997: 27).

Türkiye'de özel televizyon yayınlarının geç başlamasına karşın hızla gelişmesinin ardında toplumun bu yayınlara olan ihtiyacı ve yoğun bir izleyici kitlesinin varlığının ortaya çıkması, siyasilerin propaganda ve seçmenlerine ulaşmada özel televizyonları kullanma eğilimi göstermesi, medya patronlarının özel çıkarlar uğruna etkili bir araç olarak gördükleri televizyonlardan yararlanma isteği bu hızlı büyümede öne çıkan nedenler olarak görülmektedir. (Aziz, 1999: 153-154)

Dönem dönem kapanan ve yeni açılan televizyonlar olmakla birlikte, şu an Türkiye'de 200'ün üzerinde yerel televizyon kanalı bulunmaktadır.

Ulusal, bölgesel ve yerel yayınlar ortak bir mekanda yaşayan toplulukların farklılıklarına ve ihtiyaçlarına yönelik bir yayın politikasından ziyade, izleyici gruplarını (çocuk, genç, yetişkin izleyiciler ya da çiftçiler, balıkçılar ve ormancılar gibi meslek grupları) temel alan dar kapsamlı yayınlar biçiminde düzenlenmektedir. Ulusal yayınların prototipi niteliğini taşıyan bu yayınlar gerekli olmakla birlikte, toplumsal yerelliğin ihtiyaçlarını karşılayacak özellikleri taşımamaktadır (Timisi, 1997: 27).

Türkiye'de yerel yayın istasyonları yapısal olarak sınıflandırıldığında iki biçim karşımıza çıkmaktadır. Ulusal yereller ve bağımsız/ticari yereller. TRT radyoları bilindiği gibi ulusal yereli temsil etmektedir. Bağımsız yereller ise 1990'lı yıllardan itibaren sayıları hızla artmakta olan ve yayın alanını teknik olanakları ölçüsünde kendileri saptayan ticari radyo ve televizyon istasyonlarıdır. Bu iki biçim dışında yapılanma olanağı yayın kurumlarına tanınmamaktadır. Yayıncılık ya devletin tüm yurttaşlar adına tasarrufta bulunduğu bir faaliyet alanı olarak görülmekte ya da ticari girişimin yatırım alanı olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye’de yazılı medya belli çevrelerde varlığını korurken, özellikle Anadolu’da gazete okuma eğilimi giderek düşmektedir. Gazetelerin yerel habere önem vermeyişi, buna karşılık yerel ve bölgesel televizyonların güçlenmesi halkın haber alma ihtiyacında farklılık yaratmıştır. Şehirlerdeki gazetelerin eskiden olduğu gibi ağırlığı olmadığı tezi savunulurken Demirkent, yerel televizyonların daha güçlü ve takip edilir olduğunu belirtmektedir: “Prime time diye tanımladığımız saatlerde insanlar evlerinde yerel haberleri izlemekten zevk alıyor. Şehirlerinde olup bitenleri seyreliyorlar, daha ileri saatlerde bu ilgi kalmıyor, ama yerel televizyonların önemi artmaya devam ediyor. Şehirdeki bir olayı naklen verenler olduğu gibi tartışma programlarıyla ilgiyi arttıranlar da eksik değil (Demirkent, 2007: 169).

1990’ların başında küçük ilçelerde bile birden fazla televizyon kurulması, bölgesel, kültürel ve etnik farklılıkların da yayınlara yansımaya neden olmuştur. Televizyon kanalları arasındaki rekabet, ya kurumların belirli topluluk ya da ticari işletmelerin gölgesi altına girme gereksinimlerini ortaya çıkarmış ya da özellikle ideolojik beklentileri olan gruplar yayıncılık yolunu tercih etmişlerdir. Ancak bir anda açılan yüzlerce kanal, televizyon yayıncılığının sermaye ve özveri gerektiren sürekliliğini sağlayamayarak yine kısa sürelerde ortadan kaybolmuştur. Hitap ettikleri hedef kitle bu kanalları ayakta tutamamıştır. Örneğin, Türkiye’de bazı yerel kanallar, yabancı sermaye karşıtı yayın yaptığı için çok uluslu şirketlerin ürünlerinin reklamlarını yayınlamamıştır. İdeolojisiyle paralel yaptığı yayın anlayışından taviz vermeyen bir çok kanal önemli reklam gelirlerinden mahrum kalabilmiştir.

Ancak son yıllarda yerel kanalların uydu aracılığıyla yayınlarını daha geniş alanlara ve daha çok sayıda insana ulaştırması Türkiye’de coğrafi olarak tanımlanan yerelliğin boyutlarını yeniden belirlemiştir. Önceleri sadece bir şehir ya da bölgede belirli özellikteki gruplara hitap eden televizyonlar uydu yayını sayesinde bölgesindeki insanlarla aynı düşünceleri paylaşan, aynı etnik gruptan olan, aynı dinden, mezhepten olan gruplara ulaşma imkanı bulmuştur. Böylece yerel televizyonlar vericilerinin ulaştığı kadar yerellikten yani coğrafi yerel olmaktan çıkıp toplumsal yerel olma şansını yakalamıştır. Türksat uydusunun kapasitesinin artırılması, yerel televizyonların ekonomik olarak güçlenmeye başlaması, bir çok bölge ve şehir kanalının uydu aracılığıyla hedef kitlelerini genişletmelerine imkan

sağlamıştır. Son yıllarda özellikle hemen her şehrin bir televizyon kanalı uyduda kendisine yer bulmuştur. Özellikle Karadeniz bölgesindeki şehirlerin televizyonları uydu aracılığıyla metropol şehirlerde yaşayan gruplara seslenebilmek olanağına kavuşmuştur. Bölge kültürüne ve haberlerine yönelik yayın yapan bu kanallar reklam gelirlerini de arttırmaktadırlar. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan Konya ilinde de bu anlamda bir örnek bulunmaktadır. KONTV kanalı, uydu yayını ile tüm Türkiye ve yurt dışında yaşayan Konyalıları ulaşmaktadır. Yayın alanının ve hitap edilen hedef kitlenin genişlemesi nedeniyle yayın içeriklerinin de yeniden belirlendiği görülmektedir.

Yayınlarda sadece şehrin coğrafi olarak değil Konyalı olan ve kanalı izleyen herkese hitap edebilecek hassasiyetlere özen gösterilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bunun en önemli göstergelerinden biri de şehrin sorunlarıyla ilgili ortak bilinç oluşturulması konusunda etki gücünün artmasıdır. Özellikle kamu yetkilileri, sadece şehirde belirli kitlenin değil, ülke çapında ve yurt dışında aynı sorunla ilgilenen sayısı çok daha fazla bir toplumla karşı karşıya kalmaktadır. Ayrıca uydu aracılığıyla toplumsal yerel yayın yapılması o şehrin haberlerini merak eden farklı şehir ve bölgeden insanların da sorunlardan haberdar olması ve bir kamuoyu oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Bu arada Türkiye’de küçük yerleşim birimlerinde bile yerel televizyon kanalları görülmesine rağmen gerek ekonomik, gerekse yapısal sorunlar nedeniyle bazı şehirlerde televizyon kanalı olmadığı gerçeği halen ortada durmaktadır. Sinop ve Kahramanmaraş gibi illerde yerel televizyon olmaması bölge halkı için büyük bir kayıp olarak değerlendirilmektedir.

Demokrasi, yurttaş katılımı, kamusal alan gibi demokratik yaşamı etkileyen konularda küresel medya ve yerel medya girişimlerinin var olması önem kazanmıştır. Bu girişimlerin amacı ise küresel medyaya egemen olan sınırlı sayıdaki görüşün ve propagandanın yerine yerel özgünlükleri, farklı sesleri, kamu yararını koruyan ve güçlendiren bir medya oluşturulmasıdır (Duran, 1999: 106).

Yerel televizyon izleyicilerinin ulusal televizyon kanallarının izleyicisine göre daha sınırları belli ve dar bir alanda yaşadığı ve dolayısıyla izleyicilerin benzeşik bir

yapıda olduğu düşünölebilir. Bu durumda yerel televizyonların daha esnek bir program akışı sağlayabileceği, yatay ve etkileşimli bir iletişim ortamı oluşturabileceği, yerel halka daha yakın olarak halkın sesi olabileceği ifade edilebilir. Yerel gelişmeler, İstanbul ve Ankara merkezli ulusal kanalların gündemine ya girmemekte ya da çok kısa haberlerle geçiştirilmektedir. Yerel siyasal, toplumsal, ekonomik gelişme ve olaylar yerel birimlerde yaşayan insanlara ulaşmamakta ve toplum bilgi sahibi olamamaktadır. Daha geniş bir kitleye seslenen ulusal televizyonlar, izleyicilerini doğrudan ilgilendiren haberleri seçme konusunda zorlanmaktadır. Ancak yerel televizyonların yayın yaptığı alanlar ve bu yayını izleyenler düşünöldüğünde, insanların yaşamlarını doğrudan etkileyecek işlevsel bilgilere ulaşma hem izleyiciler için daha kolay olmakta hem de yayıncı haber konularını sınırlayabilmektedir (Aziz, 1999: 153-154).

Ulusal medya son zamanlarda içine düştüğü promosyon, tekelleşme, tiraj gibi çıkmazlar ve hızlı nitelik kaybı, yerel basının önemini ve sorumluluklarını bir kez daha ön plana çıkarmıştır. Hali hazırda ulusal basın büyük bir oranda İstanbul Basını olmaktan öte gidememektedir. Ülke, basının bu biçimiyle hemen hemen yalnızca İstanbul'u yaşamakta, okumakta, İstanbul haberlerini ve yaşamını satın almaktadır, İstanbul'un su sorunu, gece yaşamı ya da Dolapdere semtindeki soygun, Konya'daki vatandaşı hiç mi hiç ilgilendirmemektedir. Buna rağmen yine de bu vatandaşın bu haberleri satın alması ya da akşam haberlerini televizyondan sorgusuz sualsiz izlemesi beklenmektedir (Burhan, 1998: 58).

Son yıllarda, hızlı nüfus artışı ve küreselleşme sürecine paralel yaşanan kapitalist ilişkilerin giderek yaygınlaşmasıyla oluşan yeni kentsel merkezler, sadece kırsal kesimdeki insanlar için birer çekim merkezi olmakla kalmamış, aynı zamanda hem yerel hem de yaygın basın için cazip olanaklar sunmuştur. Bu süreçte özellikle belli bazı merkezleri temel alan bölgesel yayıncılık faaliyetlerinde hızlı bir artış gözlemek mümkündür. İstanbul, Ankara, İzmir, bursa, Antalya, Adana, Kocaeli gibi büyük şehirlerde son on yılda yerel yayıncılık alanında önemli gelişmeler gözlenmiştir. Bu gelişmeler yaygın basının da dikkatini çekmiş ve bu bölgelere özel ekler hazırlanıp, dağıtılmaya başlanmıştır (Kurşun, 2007: 379).

Yerel basındaki yükselişin farkına varan Türkiye’deki medya tekelleri, yerel haberlere yer verdikleri şehir eklerinin ardından televizyonların da etki gücünü kullanmak için harekete geçmişlerdir. Teknolojik alt yapı ve kalifiye personel konularında kendilerini yenileyemeyen ve kuruldukları ilk yılların ardından güç kaybeden yerel kanalların son yıllarda özellikle siyasi partiler, mülki ve mahalli idareler üzerindeki etki gücü dikkat çekmektedir. Uydu ve kablo aracılığıyla yayın yapılması ilgiyi arttırmış, bunun üzerine küresel medya ile ilişkilerini arttıran ulusal medya şirketleri yerel kanallarda etkin olmaya çalışmış, özellikle izlenmenin yüksek olduğu saatlerde ortak program tekliflerinde bulunmuştur. Doğan Grubu bu girişimde bulunan kuruluşlardan biridir. Yerel televizyon sahip ya da yöneticilerinden ilgi görmeyen bu işbirliği teklifinin ana nedenlerinden biri yerelliğin kaybedilmesi endişesi olmuştur. Son yıllarda ise Cihan Haber Ajansı yerel kanallarda ortak yayın konusunda mesafe kat etmiştir. Türkiye’de birçok kanal, özellikle ulusal bültenlerin hazırlanmasında yaşadıkları zorlukları bu ajansın uydu aracılığıyla yaptığı haber bültenlerini yayınlarak aşmaya çalışmaktadır. Özellikle sabah haberleri ve ara bültenlerde ajans bülteni yayınlanmakta, ancak akşam haberlerinde yine televizyonun kendi hazırladığı yerel haberler aktarılmaktadır. Bu durum tirajları oldukça düşen yerel gazetelerin, televizyonların sabah bültenlerinde yer bulmasını önlemektedir. Bazı kanallar yerelliğin kaybolması riskini azaltmak için hem ajans bültenine hem de kendi hazırladığı yerel bültenine yer vermektedir. Cihan Haber Ajansı’nın da yerel bültenlerin saatlerine uygun olarak program saatlerinde düzenleme yaptığı görülmüştür. Haberlerin yanı sıra çocuk programları ve kuşak programları da yerel kanallar tarafından yayınlanmaktadır.

Türkiye gibi televizyon izleme oranı yüksek olan bir ülkede yerel televizyon kanallarının çok fazla ilgi görmemesine karşın bazı programlar ve haberlerin izlendiği ifade edilmektedir. Fakat yerel televizyonların kuruluş ve yayın tarihlerinin çok yeni olduğu ve bu konu üzerine çok fazla çalışmanın yapılmamış olması da dikkate alınması gereken bir sorundur. Yerel televizyonlar hem pazar payı açısından hem de yayıncılık kalitesi açısından ulusal televizyonlarla rekabet edememektedir. Dolayısıyla ekonomik sıkıntı içinde olan bu kanallar, önemli bir işlevi yerine getirme yerine sorunlarla başa çıkma durumunda kalmaktadır. Sevda Alankuş, yalnızca

coğrafi açıdan yerel değil, aynı zamanda içerik olarak da yerel olması gereken yerel medyanın önemini şöyle vurgulamaktadır:

“...yerel medya, yerelliklerin kendi kendilerini temsil, birbirlerinin sesine kulak vererek, ilişkiye ve müzakereye geçme, nihayet hakim küresel/evrensel sözlerini ulaştırma ve onunla müzakereye girme aracı olabildiği oranda, küresel medya ortamının demokratikleşmesi açısından yegane önemli araç haline gelmektedir (Alankuş, 2000: 139).

Medya manipülasyonuna direnç göstermeyi öğrenebilmek baskıcı medya ve kültürüne karşı bireyi güçlendirir. Bu durum bireylere kendi kültürel çevreleri üzerinde daha fazla güç kazandırır. Bu eleştirel bakış da mevcut egemenlik ilişkileri içinde yer almayacak olan bir yerel medya ile sağlanabilir. Medya diktasını eleştirmeden takip edenler, baskın olan moda, değerler ve davranışlara uyum sağlayarak medyanın akışına kapılır, cazibeli kılınan kültüre uyarak alt kültürel yaşamlardan koparlar. Bu bakımdan egemen medyanın manipülasyonuna ve medya metinlerindeki güç ilişkisine karşın yerel medya eleştirel bakışla okuyucuya / izleyiciye güncel olan egemen medya kültürünün yapıtlarını tahlil ettirecek ve kendi kültürel çevresi üzerinde güç kazanmasını sağlayacak kavramlar ve analizler geliştirebilir (Güven, 2007: 336).

2.1. Yerel ve Ulusal Haberin Farkları

Yerel medya ile yaygın medya arasında hedef kitlenin genişliği, haber kaynakları ve içerikler açısından önemli farklar olsa da habercilik ilkeleri ve yurttaş haberciliği gibi konularda yerel ile yaygın arasında önemli farklar olduğu belirtilmektedir.

Yerel medyanın kendi bölgesinde oluşturduğu kamuoyunu yaygın basın yeterince sağlayamamıştır. Solak, yaygın basının büyük çoğunluğunun iktidardaki siyasilerden sağladığı kaynaklarla objektif haberleri değil, siyaset-medya-ticaret ilişkisini ortaya koymak suretiyle, sosyal ve kültürel yaşama zaman zaman zarar veren haberler aktardığını ifade etmektedir. Böylelikle medyanın sorumluluklarını yeterince yerine getiremediğini yerel basının ise üstlendiği misyonla vizyonunu

geliştirememiş olmasına rağmen, toplumun isteklerine yaygın basından daha çok cevap verdiğini anlatmaktadır (Solak, 2005, 134-136).

Burhan, yerel televizyon kanallarının her türlü görüşe saygılı, farklılıkları renklilik sayan bir anlayışa olduğunu belirterek kendilerine resmi gündem edinmediklerini belirtmekte ve yerel ile yaygın televizyonlar arasındaki farkları şu şekilde sıralamaktadır:

- “Yerel televizyonlar her şeyden önce bir gruba karşı değil hizmet verdiği topluma karşı sorumludurlar.

- Ulusal-ticari televizyon kuruluşları sermaye sahibi hissedarlara karşı sorumludurlar.

- Yerel televizyon kurumlarının amacı kar etmek değildir. Bir şekilde kar ediyorsa kazanılan tekrar programa veya yatırıma harcanır.

- Ulusal ticari radyo ve televizyon kuruluşlarının en önemli amacı kardır. Kazanılan hisse sahiplerine döner.

- Yerel televizyonlar için izlenme oranı birincil amaç değildir. Geniş seyirci kitlesi içinde, birbirinden farklı ortak özellikleri olan bütün seyirci gruplarının ihtiyaçlarını, sorunlarını göz önünde tutar ve seslerini duyurmaya çalışırlar.

- Ulusal televizyonlar için birincil amaç izlenme oranıdır. Seyircilerin beklentilerinin en küçük ortak paydasını bularak olabildiğince fazla seyirciye ulaşmayı hedeflerler.

- Yerel televizyonların temel amaçlarından birisi de seyircilerinin ulusal kimliklerini ve içinde yaşadıkları toplumu algılamalarını sağlamak, bu duygularını desteklemek ve geliştirmektir.

- Ulusal radyo ve televizyon kuruluşları ise seyirci kitlesini hacim olarak mümkün olduğu kadar arttırarak reklam verene satmayı amaçlar.

- Yerel kanallar eğitim ve bilgiye dayalı haberlere yer verirler, ulusal kanallar seks ve şiddete dayalı haberlere yer verirler” (Burhan, 1998: 175-176).

Abraş da aslında, İstanbul medyasının da yerel olduğunu belirterek, Türk halkının tamamına değil sadece İstanbul halkına yönelik haber yapıldığını ifade etmekte ve kullanılan haber dili üzerinden bir örnek vermektedir: ‘Ben Bursa’dan haber verirken, Altıparmak’ta şu oldu, Çekirge’de bu oldu diyebilirim. Ama onlar, Avcılar’da, Maltepe’de, Bahçelievler’de, Gaziosmanpaşa’da şu oldu diyemezler, İstanbul Gaziosmanpaşa, İstanbul Avcılar demek zorundalar. Memlekette tek Gaziosmanpaşa, tek Avcılar İstanbul’da değil ki. Bunun en belirgin özelliği bu. Fakat onlar İstanbul diye belirtme gereği duymuyorlar. Yani aslında, bir başka yerde misin, benim için önemli değilsin, ben İstanbul’daki insanlara sesleniyorum, semt isimlerimi bile buna göre veriyorum, diyorlar. Ulusal kanallar da yerel kanal aslında; onlar da yerel yayın yapıyorlar” (Abraş, 2000).

Bu bağlamda yerel televizyonların ulusal televizyonların bir alternatifi olmasının yanı sıra bir tür kontrol görevi üstlendiği de görülmektedir. Ulusal medyanın yerel sorunların uzağında kalması bir tepki oluşturmakta, holdinglerin kontrolündeki medya kuruluşlarının haberde yarattığı güvensizlik daha küçük grupların etkisinde olan ve yansız haber vermeye çalışan yerel televizyonlara ilgiyi arttırmaktadır. Yerel basın, yayın yaptığı şehirle ilgili ulusal televizyon ya da gazetelerde yayınlanan olumsuz haberlerle ilgili kontrol ve doğrulama mekanizması da olarak işlev görebilmektedir. Türkiye’de İstanbul merkezli basının bir bölümü Anadolu’da yaşanan birçok olayı, şehrin daha önce oluşmuş imajları çerçevesinde değerlendirmekte, farklı kaynaklardan aldığı haberleri doğrulama gereksinimi duymadan okuyucusuna aktarabilmektedir. Bu durum o şehirle ilgili olumsuz kanaat ve ön yargıların güçlenmesine neden olmaktadır. Örneğin Sünnilerin yaşadığı bir bölgede bireysel olayları Alevi vatandaşların büyük sorunlar yaşadığı yönünde yapılan bir haberle duyurmakta, insanlar şehirleri bu haberlerdeki görüntüleriyle hafızalarında tutabilmektedirler. Ancak yerel televizyonların bu tür olayları doğru bir şekilde araştırıp haber haline getirmesi ve ulusal yayın yapan diğer kuruluşların da değerlendirmesiyle yanlış bilgi akışının önüne geçilebilmektedir.

3. YEREL MEDYANIN GÖREV VE İŞLEVLERİ

Günümüz insanı yerel ve dar çevresinde yaşadıklarını bilmek ve bu yaşananları denetlemek, biçimlendirmek, olası olumsuz sonuçları ortadan kaldırmak için yerel olay ve olgularla ilgilenirken dış dünyada yaşanan olayın olumsuz yansımalarını engellemek için de dünyadaki gelişmelerle ilgilenme gereği duymaktadır. Bu gerçek günümüz insanının yerellik, ulusallık ve evrensellik kavramlarını bir düzlem üzerine taşımasına olanak tanımıştır. Bu bağlamda yerel basın, insanın toplumsal, siyasal, ekonomik, ekinsel katılma, eklemlenme sürecini gerek dar gerekse geniş çevre içerisinde destekleyen önemli bir ögedir (Kırlar, 1997: 21).

Basın mesleğinin genel ilkeleri çerçevesinde haberciliğin kamu yararı için üzerine düşen görev ve sorumlulukları vardır. Medyanın halkın haber alması için dikkat etmesi gereken kurallar yerel medya ve televizyonlar için de geçerlidir. Ancak yaygın basının eleştiriye maruz konusu olan ticari kaygıları nedeniyle yerel medyaya yüklenen görev ve sorumluluklar da daha fazla hassasiyet beklenmektedir.

Yüksel, basının en temel görevinin bilgilendirme olduğunu belirtirken habercilerin halkın, halkın düşüncelerini şekillendirmeye çalışmaması gerektiğini vurgulamaktadır: “Medya, toplum üzerinde büyük bir gücü olmasına rağmen, toplumu eğitmez, muhakeme yaparak gayri resmi hükümler vermez. Bilgiyi kesinlikle halkın fikirlerinin oluşması amacı için kullanmaz, insanları etkilemeye çalışmaz. Gazetecilerin temel görevi bilgi vermedir (Yüksel, 2002: 118).

Kalender yerel basının toplum için son derece önem taşıyan durumlarda, seferberlik ilan etmek suretiyle, halkı harekete geçirmek açısından son derece önemli bir özelliğinin de olduğunu ifade etmektedir. Yöreyi ilgilendiren deprem, sel, yangın gibi olumsuz durumlarda ya da kan bağı, organ kampanyası, bağış kampanyası gibi toplum yararı söz konusu olan durumlarda yerel medya insanları örgütleyerek, bu noktalara kanalize edebilmektedir. Ayrıca savaş durumlarında da, yerel basının bu özelliği son derece önem taşımaktadır (Kalender, 1999: 59).

Burada olduğu gibi yerel medyanın kamuoyu oluşturma görevinin yanı sıra siyasal katılım ve demokrasi noktasında önemli sorumlulukları bulunmaktadır.

Belediyeleri belirleyen yerel toplumun seçimidir. Buna ek olarak kamu örgütlenmesinin bütün yerel uzantıları da o yerel ve bölgesel çevre için çalışmaktır. Bu sistem göz önünde tutulduğunda yerel medyanın saptadıklarını, gördüklerini toplumun gündemine taşımak ve kamuoyu oluşturmaktır. Ülke siyasetinin oluşmasında temel alanlar yerel kamuoylarıdır. Demokrasi yerelsiz olamaz. Ulusal politika yerelde oluşmaktadır (Gerçekler, 2002).

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde (1998) gazetecinin halka karşı sorumluluğunun tüm sorumluluklarından önce geldiğine işaret edilerek, "Gazeteci, ilettiği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır" denilmektedir. Bildiride gazetecinin temel görevleri ve ilkeleri arasında özetle şu noktalara işaret edilmektedir. "Gazeteci; yayımlanmış her yanlışı en kısa sürede düzeltmekle yükümlüdür. Gazeteci; çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipölasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan kesinlikle uzak durur" (Yüksel, 2002: 119).

Erdoğan ve Alemdar'ın (2002: 135-136) aktardıklarına göre Schramm, yerel medyanın görevlerini, siyasal, ekonomik ve genel toplumsal sisteme şöyle bağlamaktadır:

"Gözetleme: Siyasal sistemde bilgi toplama; ekonomik sistemde kaynaklar ve alışverişte haber verme; genel toplumsal sistemde kurallar, roller hakkında bilgi verme ve haber verme ve bunun kabulü ya da reddi,

Karşılıklı bağıllık sağlama: Siyasal sistemde bilginin yorumu, politikanın yapımı, yayını ve uygulanması; ekonomik sistemde ekonomi ile ilgili enformasyonun yorumu, ekonomik politikanın kararlaştırılması, pazarın denetimi; genel toplumsal sistemde halkın anlayış ve isteklerinin eşgüdümü, toplumsal denetim operasyonu,

Toplumsal mirasın aktarılması: Siyasal sistemde yasaların ve adetlerin aktarılması; ekonomik sistemde ekonomik davranışı açıklama; genel toplumsal sistemde normların ve rol kalıplarının toplumun yeni üyelerine aktarılması,

Eğlence: Politik ve ekonomik sistemlerde <eğlence> yok; genel toplumsal sistemde boş, vakit geçirme, gerçek sorunlardan ve işten kurtulma, raslantıyla öğrenim ve toplumsallaşma"

Demokratik bir toplumda medyanın üstlendiği çok farklı fonksiyonları olduğunu belirten Kalender, Denis Mckayl'in, 5 ana başlık altında bu fonksiyonları sınıflandırdığını aktarmaktadır: “Enformasyon; korelasyon, devamlılık, eğlence ve seferberlik. Enformasyon işlevi ile kitle iletişim araçları, toplum ve dünyadaki olaylar hakkında okuyuculara, izleyicilere bilgi sağlamakta, yenilik, uyum ve ilerlemeyi kolaylaştırmayı üstlenmektedir.

Korelasyon; dünyada gelişen çeşitli olayların arka planlarını açıklama ve yorumlama, sosyalle etme, toplum üyeleri arasında paylaşırma ve oluşturmayı ifade etmektedir. Devamlılık fonksiyonu; baskın kültürleri ifade etme, alt ve yeni kültürel gelişmeyi tanımayla değerlerin yaygınlığını ilerletme ve sürdürmeyi anlatmaktadır.

Yine, kitle iletişim araçlarının, basın, eğlence fonksiyonu var, zevk, oyalanma ve rahatlama aracı olarak kullanılabilmekte, sosyal tansiyonu azaltma yönünde önem taşımaktadır.

Son fonksiyon olarak da, seferberlik, siyaset, savaş, ekonomik gelişme, çalışma ve bazen de dinî konularda toplumsal hedefler için savaşmayı ifade etmekte ve bu noktada basının bir seferberlik fonksiyonu üstlenebilmektedir (Mckayl'dan akt. Kalender, 1999).

Yalın da (2004) demokrasinin unsurları açısından yerel medyanın önemini şu noktalarda vurgulamaktadır:

- “Türkiye’de demokratik çok sesliliğin gelişmesinde ve kamuoyunun serbestçe oluşmasında birincil derecede önem taşır.
- Kültürel ve yerel mirasın korunmasında rol oynar.
- Sivil toplum örgütlerinin gelişmesinde ve etkinliğini sağlamada önem taşır.
- Yerel yönetimlerin kamuoyu adına denetlenmesinde en önemli unsurdur.
- Çoğulculuğun koruyucusu olma özelliğine sahiptir”

Bu bağlamda yerel medyanın görev ve sorumlulukları; kamuoyunu bilgilendirmek, siyasal sistemde denetim ve eleştiriyi sağlamak, toplumsal mütabakatın gerektiği zamanlarda kamuoyu oluşumuna katkıda bulunmak ve halkın sorunlarından uzaklaşmasına yardımcı olmak için eğlendirme görevini üstlenmek

olarak ele alınabilir. Demokrasiye, kültürel mirasın aktarılmasına, ekonomik hayata katkı, bilgilendirme, köprü ve uyarı rolü üstlenme konuları yerel medyanın işlevleri bölümünde değerlendirilmiştir.

Basının, demokratik toplumlarda yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra dördüncü güç olarak gösterilmesi nedeniyle sorumluluklarının en güçlü ifadesinin, toplumsal dengelerde dördüncü güç olarak yerine getirdiği görev ve işlevlerde ortaya çıktığını belirten Yüksel ve Gürcan da (2001: 6), bu kapsamda şunları ifade etmektedirler:

“Basının sorumluluklarından ilki toplumun resmi organları tarafından ve kanunlarla çizilmiş sorumluluklarına dayanır. Devlete karşı bu sorumluluğun yanında, basın işletmelerini diğer işletmelerden farklı kılan toplumsal ya da kamusal sorumlulukları ikinci sıradadır. Üçüncü sırada ise kendi kendine kabullendirilmiş sorumluluklardan söz edilebilir. Gazeteci asıl ya da gerçek sorumluluğunu okuyucuya karşı hisseder”.

Diğer taraftan medyanın, halkın kendi imkanlarıyla ulaşamaması nedeniyle haber ve bilgileri tüm gerçekliğiyle doğru ve tarafsız bir biçimde halka iletmesi gerekmekte ve bu onun temel sorumluluğunu oluşturmaktadır. Çünkü halk, bütün gerçekleri; ülke yöneticilerinin ya da yerel yöneticilerin yaptıklarını, yanlışlarını tam ve doğru olarak öğrenmezse doğrular hakkında eksiksiz bilgileri tarafsız bir biçimde edinmezse, yasal tepkilerini ve zamanı geldiğinde siyasal tercihlerini sağlıklı, doğru bir biçimde yapamayacaktır. Bu durum ise demokrasinin yozlaşmasına sebebiyet verecektir (Gürel, 1996: 253).

Gürel (1996: 253-254), bu bağlamda gazetecilik mesleğinin sorumluluk anlayışını aşındıran ya da sorumluluğun bilinciyle bağdaşmayan nedenleri şöyle sıralamaktadır:

- Meslek ilkelerinin ihmali
- Araştırma gazeteciliğinin ihmali
- Meslek içi eğitim yokluğu
- Özeleştirisi yokluğu ya da sapması

- Haber kaynaklarıyla ilişkiler
- Habercilik anlayışındaki değişim
- Raiting tutkusu
- Dile özensizlik
- örgütsüzlük
- yanlış istihdam politikası
- Tekelleşme
- Promosyon
- Rejime darbeler

Konunun yasal boyutuna bakıldığında ise haber alma özgürlüğünün ve dolayısıyla haberi yapanların da yasalarla korunduğu dikkat çekmektedir. Siyasal iradenin oluşumunda rol oynayan önemli unsurlardan biri olan basın faaliyetleri de, kamusal nitelikte görevler olup resmi devlet görevi niteliği taşımamaktadır. Basının, kamusal görevlerine sağlıklı bir şekilde yerine getirebilmesi için kendisine anayasa tarafından güvence sağlanmıştır (İçel, 1998: 103-105).

Türk Basın Hukuku'nda basın suçları bakımından özel bir sorumluluk ve yargılama rejimi kabul edilmektedir. İşte bu, basının yasal sorumluluğunu belirlemektedir. Söz konusu rejimlerin amacı ise özgür ve sorumluluk sahibi bir basına ulaşma düşüncesidir (Çukurova gazeteciler Cemiyeti-Uzmanlık Komisyonu Raporları, 1992: 55).

3.1. Haber ve Bilgi Verme İşlevi

Medyanın görev ve sorumlulukları üzerine yapılan çalışmalar, kitle iletişim araçlarının en önemli görevinin haber verme olduğunda ortak görüş bildirmektedirler. Kamu görevi yürüten medya haberlerin halka ulaştırılmasıyla toplumsal yaşamın düzeninin sağlanmasında önemli bir yere sahiptir.

Haber verme görevi, klasik manada basın özgürlüğü çerçevesinde bir hak olarak kabul edilmektedir. Bu hakkın kullanılabilmesi için özgürlüğün var olduğu bir ortamda halkın, basın tarafından doğrudan bilgilendirilmesi gerekmektedir. İşte bu

noktada özgürce gerçekleştirilen haber verme görevi, ancak gerçeği yansıtmaya yükümlülüğü ile birlikte yerine getirilmelidir (Demirkent, 1999:35).

İlkiz (2004) basının görevleri ve bu görevler doğrultusunda yapması gerekenler konusunda şunları ifade etmektedir.

“Basının görevi, toplumu, çok doğru bir deyimle genel yararları ilgilendiren ya da ilgilendirmesi gereken tüm olaylar hakkında, objektif ve gerçekleri yansıtacak biçimde aydınlatmak, çeşitli sorunlarda kamuoyunu düşündürmeye sevk edecek tarzda tartışmalar açmak, onu, toplumsal ve siyasal oluşumlar üzerinde doğru ve gerçeğe uygun bilgilerle donatmak, yöneticileri eleştirmek ve tüm insanlığın sorunları bakımından bilinçlendirmektedir. O halde, basın, halka ulaştırılmasında kamu yararı bulunan haberleri zamanında ve gereken ayrıntıları ile doğru olarak toplayıp, topluma ulaştırdığı, böylece kamuoyunun serbestçe oluşumunu sağladığı ve kamu gücünü elinde tutanlar üzerinde, toplumun, denetimine aracı olduğu sürece bir kamu görevi niteliğindeki fonksiyonunu eksiksiz yerine getirmiş sayılacaktır.”

Yerel televizyonlar, yerel konularla ilgi odağı oluşturup, toplumsal bilincin gelişmesini sağlarken yerel sorunların çözümünde de rol oynar. Çünkü yerel televizyonlar haber verdiği toplumla iç içe yaşamaktadır. Bu bakımdan yerel halkın sesi olma ve toplumun nabzını tutma gibi işlevler yerel televizyonların daha kolay yerine getirebileceği konulardır. Yerel kamuoyu ve gündemi daha iyi yansıtabilen yerel televizyonlar, toplumun çıkarlarını yakından ilgilendiren ekonomik, kültürel ve siyasal konularda haberler sağlarlar (Dağtaş, 2000: 39).

Avrupa ve ABD'nin aksine Türkiye'de yerel basının daha kısıtlı imkanlarla çalışması zaman zaman haberlerin daha da yerel olmasına katkı sağladığı görülmektedir. Ulusal kanallarda olduğu gibi yüksek ücretler almayan, iş yerine giderken ve haber toplama çalışmalarını genelde toplu taşıma araçlarını kullanan yerel haberciler, bölge halkıyla daha fazla iç içe olma fırsatına sahip olmaktadır. Bu sayede yenilikler, sorunlar, halk arasında konuşulanlar, yöneticiler hakkındaki görüşler, daha yakından takip edilebilmektedir.

Yerel basın organları tarafından sunulan haberler, yaygın basına göre daha dar bir kapsam içerisinde, yakın çevrede tartışılacağı ve bu yerdeki kamuoyunu

etkileyeceği için olay-gerçek ilişkisinin dikkatli kurulması gerekmektedir. Nitekim, yerel basında en çok tekzip edilen haberleri, bu hassas ilişki kurulmadan yayınlanan haber oluşturmaktadır (Aydın'dan akt. Bekiroğlu, 2006: 57).

Bilgilendirme işlevi noktasında Kalender, halkın günlük hayatta kullanabileceği basit bilgilerin de önemli olduğunu vurgulamaktadır: “Zaman zaman çok gerekli olan bazı bilgiler yerel medyada bulunmaktadır. Hastanelerin, otellerin, sinemaların, belirli kamu kuruluşlarının telefonları ve hava tahmin raporları verilmektedir. Yerel medya, bu tür bilgiler aracılığıyla da, o yöre insanını, bir ölçüde günlük hayatlarında kendilerine lâzım olabilecek konularda pratik bilgi sahibi de yapmaktadır” (Kalender, 1999).

3.2. Demokrasiye Katkı İşlevi

Medya ile ilgili konular açıldığında, alt başlıklardan biri olarak kabul edilen yerel medya ile demokrasi ilişkisi, özellikle son on yıldır yeniden tartışılır hale gelmiştir. Son on yıldır iki ciddi gelişme yaşanıyor. Bunlardan birincisi, AB süreci ile başlayan, giderek demokratikleşme kavramının açılmasına ve tartışılmasına neden olan bir gelişme süreci ki, bu aynı zamanda ekonomik, siyasi ve sosyal yeniden yapılanmanın ve oluşumun da tartışılması anlamına gelmektedir. İkincisi, yaygın medyanın yayın politikası, yayın şekli ve içeriğine ilişkin, giderek artan eleştirilerin varlığıdır. Her iki noktada da yerel medyanın görevleri, işlevleri, demokrasi ile ilişkileri konusu tartışılır ve masaya yatırılır durumdadır (Belovacıklı, 2002).

Türkiye'deki yerel televizyon kanalları Türk televizyonculuğundaki türdeşleşmenin yanı sıra azınlıkların (etnik ya da değil) ve sessiz çoğunluğun kendilerini ifade edebileceği bir platform aradığı da göz önünde bulundurulduğunda yeni ve alternatif bir söylem getirmek için en uygun mecra olarak görülmektedir (Erdoğan, <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/televizyon.html>).

Yerelleşmenin her yönden güçlü olduğu bölgelerdeki kişilerin, haklarını daha etkin savunabildiklerini söylemek mümkündür. Bu kişilerin, demokrasi, insan hakları ve özgürlükleri konusunda yerel basının güçlü olmadığı yerlerdeki kitlelerin bir adım daha ileride oldukları görülür. Yerel medyanın güçlü olduğu bölgelerde, bu yöre insanları, demokrasiye, kişisel haklarına, toplum olarak ortak haklarına daha kuvvetli

sahip çıktıkları gibi, istek ve ihtiyaçlarını daha rahat dile getirme imkanına da sahip bulunmakta ve bunların işleyişini takip edebilmektedir (Nalcıoğlu, 2007: 202).

Medyanın halka yönelik olarak bilgi taşıma, haberi oluşturma, görünmeyenleri gösterme gibi noktalardaki işlevi nedeniyle de demokrasinin eksiksiz işlemesinin vazgeçilmez parçası olduğu düşünülür. Benzer şekilde, özellikle sermaye yapıları ile yaygın medyanın ilişkisi tartışılmaya başlandıktan sonra, bu görev ağırlıkla yerel medyaya yüklenmeye başlanmış. Burada özellikle demokrasinin yerelleşmesi, yaygınlaşması, tabana yayılmasına yönelik olarak yapılan tartışmalar ve kavramlaştırma çabalarının içerisinde yerel medya da oturtulmuştur. Genel olarak şu söylenebilir: Yerel medya; demokrasinin kurumsallaşp kökleşmesine yardımcı olur, yurttaşlık bilincinin artmasına benzer şekilde yardımcı olur (Belovacıklı, 2002).

Yerel televizyonlar bir bölgede ya da kentte yaşayan insanlara, gruplara seslendikleri için yayın politikası açısından geniş bir kitleyi kapsamazlar. Siyasal partiler yerel televizyonlar aracılığıyla seçim kampanyalarında, adayların tanıtımı ve politikaların tartışılmasında bir forum oluşturur. Ulusal düzeyde yapılan siyasi kampanyaların seslendiği kitlenin çok geniş olması nedeniyle, yerel televizyonlar yerel demokrasinin gelişimine katkı sağlamaktadır. Hedef alınan kitlenin sınırlı olması dolayısıyla, siyasi partiler savundukları görüşleri daha iyi duyurabilir ve geliştirebilir. Siyasi partilerin dışında, yerel televizyonlar yerel halk ile yönetim arasında bir bağ oluşturabilir. Demokratik yapı açısından halkın bilgilенmesine yönelik yayınlar önem taşımaktadır (Bayram, 2002: 80)

1999 yılında yapılan yerel ve genel seçimlerde siyasetçilerin tanıtımı ve konuşmalarında, yerel televizyon kanalları kullanılmıştır. Yerel siyasetçiler için yerel televizyon kanalları, yerel siyaset yapılabilecek, yörenin sorunları tartışılabilecek bir mecra olarak kullanılmaktadır. Bu durumda yerel televizyonların alternatif söylemler oluşturabilmesi beklenmektedir. Yerel televizyonların alternatif söylemler oluşturabilmesi ise ancak, alternatif kurumsal örgütlenmeler ile olanaklı görülmektedir (Tokgöz, 2001: 30-31).

Yerel televizyon kanallarının ortaya çıkması demokrasinin temel taşlarından biri olan sivil toplum örgütlerinin çoğalmasına, etkinliklerin artmasına da büyük katkı sağlamıştır.

Yerel televizyonların yerel bürokrasiyi eleştirmesi, yönlendirmesi cılız ve pasif durumda olan sivil toplum örgütlerine cesaret vermiştir. Ayrıca bu sivil toplum örgütleri sık sık yerel televizyon kanallarına çıkarak kendilerini daha iyi anlatma olanağı bulmuşlar, halkı bilinçlendirmişlerdir. Çevre, sağlık ve hukuk gibi konularda ilgili derneklere söz hakkı verilmektedir. Ayrıca yerel televizyon kanalları sivil toplum örgütlerinin kampanyalarını ücretsiz olarak yayınlamışlar, onların kamuoyu oluşturmaya katkıda bulunmuşlardır (Burhan, 1998: 77).

Belovacıklı da sivil toplum örgütlerinin güçlenmesinin yine yerel medyanın kendi işlevini yerine getirirken ortaya çıkarttığı bir başka yardımcı ya da önemli bir unsur olduğunu belirtmektedir: “Genel olarak yaygın medya, aynı tezgahdan çıktığı savunulan bir haber anlayışını gündeme getirirken ve genel olarak çok daha global sorunlarla ilgilenirken ve bazı haberleri görüp, bazı haberleri görmeme gibi bir lükse sahipken, yerel medyanın böyle bir lüksü yoktur. Bugüne kadar işleyişleri nedeniyle de bütün bu noktalarda sesleri tek tek duyurabilme özelliğine sahiptir. Bu nedenle çoğulculuğun koruyucusu olduğu ifade edilir” (Belovacıklı, 2002).

Demokrasiye katkı noktasında yerel medyanın en dikkatli değerlendirildiği başlık seçimler olmaktadır. Halkın sağlıklı seçim yapmasına katkı sağlayan yerel televizyonlar, demokrasinin en belirgin özelliği olan seçimlerde adayların ve partilerin kamuoyunun görüşlerini dikkate alarak planlama yapmasına da ön ayak olmaktadır.

Yerel yönetimlerde, o yöredeki yönetim ile halk arasındaki birebir iletişim doğru olarak sağlanır ve halk, yöresini yönetenler hakkında doğru bilgi edinirse, siyasal tercihlerini de doğru yapacaktır. İşte bu noktada yerel basın, halkın istek ve sorunlarını yerel yönetimlere daha kestirme yollardan yansıtabilmektedir. Yapılan yanlışlıklar, demokrasinin de yanılmasına ve sapmasına neden olabilmektedir (Gürel, 1999: 13).

Bu doğrultuda yerel medya tarafların tartışma nedenlerini duyurma, destek sağlama veya rakipleri yıpratma aracı olma yoluyla da olsa, kentlilerin daha büyük kısmının yerel siyasal süreçte olup bitenlerden haberdar olmalarını sağlayarak, onu az çok dolaylı biçimde etkileyebilmelerine ve denetleyebilmelerine katkı yapmaktadır. Bu bağlamda, “tek sesli” olmayan bir yerel basın, yerel siyasetin demokratikleşmesine katkısı ortaya çıkmaktadır. Yerel basın, aynı zamanda yerel düzeydeki muhalefet ilişkilerini de kapsamaktadır. Dolayısıyla siyasal sistemin rekabetçi durumu karşısında tek sesli olmayan yerel basın organlarının da muhalefetin sesi olma işlevini yerine getirebilmesi söz konusu olmaktadır (Varol’dan akt. Bekiroğlu, 2006: 85).

1980’lerin ortalarından itibaren Türkiye’de farklı İslamcı çevreler ile politik duruşları temsil edenlerden çeşitli alt kültür gruplarıyla, etnik gruplara ait olanlara kadar muhalif / alternatif sayılabilecek içeriklerle yayımlanan gazete/dergilerin sayısında bir patlama yaşandığı bilinmektedir. Türkiye’de medya ortamının dolayısıyla da siyasal sistemin çoğulculuşması açısından varlıkları çok önemli olan sivil toplum medyası örnekleriyle karşılaşabilmektedir. Radyo ve televizyon yayıncılığı söz konusu olduğunda ise daha farklı bir fotoğraf çıkmaktadır. Yasal düzenlemeler sivil toplum örgütlerinin, vakıfların, derneklerin, etnik, dinsel, kültürel vb. grupların radyo ve televizyon sahibi olmalarına izin vermediği için dünyanın çeşitli ülkelerinden örnekleri bilinen sivil medya kurumları ile Türkiye’de karşılaşmamaktadır. Ancak kamusal nitelikli değil, ticari nitelikli işletmeler olarak yayıncılık yapabiliyor olsalar bile yerel radyo ve televizyonlar kısmen bu boşluğu doldurmaktadır (Alankuş, 2005: 23).

Son dönemlerde en çok tartışılan konulardan biri de, yerel medyanın medyada tekelleşmeyi engellediği varsayılmaktadır. Tekelleşen bir medya ile siyasi bir sistem olarak demokrasinin sağlıklı yürüyemeyeceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla tekelleşmenin önünde durabilecek bir set olarak görülen yerel medya bu anlamda halkın doğrudan haber alma şansının yaratıldığı açık kanallar olarak ifade edilmektedir. Bu da doğal olarak, medyanın genel olarak yapamadığının yerel medya tarafından yapılması ve demokrasinin işlerlik kazanmasının bir aracı olarak görülmesinin temel nedenlerinden birisidir (Belovacıklı, 2002).

Erkan ve Bağlı ise yerel televizyonların güç odaklarının farkındalığının artması üzerine işlevini yitirdiğı ya da görevini halktan yana yerine getiremediğı eleştirisinde bulunmaktadır: “Seslerini de en çok yerel iletişim ortamında duyurabilen yerel kamuoyu, doğal olarak en çok bu ortamdan etkilenmektedir. Gündelik yaşamı düzenleyen ve hedeflediğı izleyici kitlesinin sorunlarıyla daha yakından ilgilenen yerel iletişim sürecindeki televizyon kurumlarının yerel kamuoyu oluşumundaki büyük etkisinin farkında olan belli güç odakları bu kurumları kolaylıkla denetimleri altına almakta ve kamuoyunun şekillenmesinde etkin rol oynamaktadırlar. Bu nedenle yerel televizyonlar giderek halkın sesi olma niteliğini kaybetmekte ve artık denetledikleri güç odaklarının yönlendirdikleri kurumlar olarak işlevlerini yürütmektedirler” (Erkan ve Bağlı 1997:147).

3.3. Denetim, Eleştiri ve Köprü İşlevi

Yerel medyanın bir başka görevi, yönetimleri denetlemektir. Yaygın medyanın ülkenin bütünlüğü ya da ülkedeki işlerliğı denetlediğı, denetleyebileceğı varsayımı söz konusuysa, aynı şekilde yerel medyanın özellikle yerel yönetimleri denetleyebileceğı savından hareket edilmektedir. Burada temel olarak konu, yaşanan bölgenin, şehrin, beldenin, ilçenin yayın organının, orada bizatihi yaşanan sorunların içerisinde olması ve birebir denetleme şansına sahip olmasıdır. Bu nedenle denetleme noktasına özellikle önem verilir. Bu anlamda da demokrasinin yaygınlaşması ve yönetimin sorgulanabilirliğı üzerine bir genel kabul vardır (Belovacıklı, 2002).

Yerel basın organları, politik alanda yöresinin ve yöre halkının geleceğı açısından son derece önemli bir konumda bulunan seçimlerde, haber verme görevini tam olarak doğru ve objektif bir biçimde gerçekleştirmelidir. Yerel televizyonlar daha sonra bu görevini aynı nitelikler doğrultusunda devam ettirmelidir. Yerel yönetimlerin icraatlarını halka haber vermeli ve sorunları gündeme getirerek bunların çözümüne katkı sağlamalıdır.

Vural da, basının kendisine yüklenen sosyal misyon gereğı, kamunun çıkarlarını korumak zorunda olduğunu, bu nedenle denetim ve eleştiri görevini tam ve doğru bir şekilde yerine getirmesi gerektiğini vurgulamaktadır: “Bu bağlamda

basın, politikacıların hükümet olma gücünü, devleti yönetenleri ve tüm bunların uygulamalarını izlemeli, bir anlamta denetlemeli ve saptamalarını sorumlu olduğu topluma aktarmalıdır. Basın, bununla da yetinmeyerek, toplumun taleplerini ve eğilimlerini de yöneticilere yansıtmalıdır. Toplumsal bir güce sahip olan ve aynı zamanda toplumsal bir kurum olarak nitelendirilen basına bu güç, yine toplum tarafından verilmektedir (Vural, 1999: 86).

Yerel televizyon kanalları bir ilin en yüksek mülki amiri olan vali ile belediye başkanı, emniyet müdürü gibi yetkililerin görevlerini tam olarak yerine getirebilmeleri için yol göstermektedirler. Yörenin bakımsız yollarının tamirinde, belediyelerin açmış olduğu çukurların doldurulmasında, çevreyi tehdit eden, mikrop saçan çöp dağlarının temizlenmesinde, patlayan ve üzerinden aylar geçtiği halde tamir edilmeyen su borularının onarılmasında, valinin ya da belediye başkanının yapması gerektiği halde yapmadığı toplantıların takibinde, uyuşturucu satan, haraç toplayan çetelerin yakalanmasında etkin rol oynamaktadır. Bütün bu yanlışların, eksikliklerin düzeltilmesinde yerel kanalların büyük rolü olmaktadır. Bütün bunların yanı sıra halkın sorunlarının belediyeye, valiliğe, emniyet müdürlüğüne taşınmasında, bu sorunların çözümünün takibinde yerel kanalların son derece büyük önemi vardır (Kalender, 1999).

Basın ve yayın kuruluşlarının sosyal ve kültürel yaşamımızda önemli bir yeri vardır. Zira halkın sesi ve kulağı olan basın ve yayın kuruluşları, toplumun haber alma, bilgilendirme ve dolayısıyla bilinçlendirme görevi vardır. Basın yayın kuruluşlarının sosyal ve kültürel yaşantımızdaki yerini incelediğimizde, hizmetlerin halka duyurulması ve halktan gelen taleplerin ilgili ve yetkililere sunumunda bir köprü vazifesi görmektedir. Gerek kişisel sorunlar olsun, gerek devlet sorunları olsun, bu çerçevede çözülmeye gayret edilmesini sağlamak, görev ve sorumluluğun bir işaretidir. Özellikle sorunlara çözüm bulunmasında elde edilen başarı sadece yöneticileri değil, gazetecileri de mutlu kılmaktadır (Solak 2005, 134).

Sorunların çözümünde bir uzlaşmanın sağlanması, karar veren yönetim birimleri kadar kararlara uyacak olan yurttaşların da iletişim araçları yoluyla kararlardan haberdar olmasını gerektirir. Çünkü toplumun geleceğini etkileyen projeler, hizmetler, kararlar söz konusudur. Kitle iletişim araçları, insanları

çevresinde gelişen olaylar konusunda bilgilendirirken, bireyin yaşam çevresini algılamasını da sağlar. Bu süreçte yerel televizyonlar halkın ve yönetimin arasında bir köprü oluşturarak iletişim sürecinin hızlanmasını sağlayabilir. Böylece bireylerin birbirleriyle eşit, yönetimi denetleyebilme, bireysel haklarını koruyabilme gibi olanaklara kavuşması yanında, yönetimle yurttaşların bütünleşmesi, karar ve uygulamalarda açıklık ve meşruluğun gerçekleşmesi ve akılcı, etkin kararlar alabilmek söz konusu olur (Çukurçayır, 2000: 50-56).

Yerel medya özellikle mahalli yönetimlerde, kamu yönetimiyle halk arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Bilgilerin aktarılması yoluyla veya çeşitli haberlerle, yorumlarla yöneticilerin belirli konular veya sorunlar hakkında dikkatlerini çekebilmektedir. Yöre halkının moral kaynağı olan yerel basın kuruluşları, bireylerin çevreleriyle ve kendileriyle barışık, ilgili, bilgili ve yetkilileri yönlendirici yaşamalarına katkı sağlamaktadır (Nalcıoğlu, 2007: 203).

Yöneticilerin, bütün problemlere ulaşması mümkün değildir. Birilerinin gelip o problemlerden bahsetmesi gerekmektedir. Ulusal basın da, yine, bu noktada, çok detaylı, mahallî problemlere inememektedir. Bu konudaki görev, yerel basına düşmektedir. Yerel medya, özellikle mahalli yönetimlerle halk arasında bir köprü görevi üstleniyor. Bilgilerin aktarılması yoluyla veya gazetelerde haber yapılması ve o konuyla ilgili yorumların yapılması suretiyle, yöneticilerin, belirli sorunlar hakkında dikkatleri çekilebilmektedir. Yöneticiler, vatandaşın sorunu ile ilgili, bir kitle iletişim aracında haber yayınlandığı zaman daha dikkatli olmayı ve sorunu bir an önce ortadan kaldırmayı düşünmektedir. İlgili makamlar da, topluma duyurmak istedikleri konular için yine yerel medyayı kullanmaktadırlar. Ayrıca, burada, okuyucu ve tüketici köşeleri gibi sütunlarda da yöre insanının bazı problemlerine dikkat çekilmektedir (Kalender, 1999).

Yerel medyanın köprü işlevini yerine getirirken sadece vali, belediye başkanı ya da kaymakamın etkinliklerini gazeteye yansıtmakla kalmaması gerektiğini vurgulayan Mine Gencel Bek de İngiltere'den bir örnek vererek sorunların yetkililere aktarılması ve çözümünde yerel basının önemine dikkat çekmektedir. Bek, İngiltere'de neoliberal politikaları uygulayan Thatcher döneminde kelle vergisine karşı en anlamlı protestonun yerel basın sayesinde yapıldığını, basının eylemlerin

yerleri konusunda halkı sürekli bilgilendirerek vatandaşları harekete geçirdiğini aktarmaktadır (Bek, 2005).

Yerel televizyonlar yaygın televizyon kanallarının yerel ölçekteki yönetim sorunlarına gerek ilgisizlik, gerekse hitap edilen kitlenin geniş olması nedeniyle yer vermediği yerel yönetim sorunlarını, gündeme getirerek, halkın demokrasiye ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Yapılan çalışmalar da yönetimlerle ilgili haberlerin yerel televizyonların haber bültenlerinde önemli yer tuttuğunu göstermektedir.

3.4. Kamuoyu ve Tartışma Zemini Oluşturma İşlevi

Yerel televizyonların görevleri farklı başlıklar halinde ayrılırken birçoğunun demokratik katılım ve demokrasinin geliştirilmesi etrafında şekillendiği değerlendirilmektedir. Yerel sorun ya da gelişmelerle ilgili kamuoyu oluşturulması ve kamuoyunun düşüncesinin açıklanması da bu çerçevede ele alınmaktadır.

Yerel televizyonlar diğer kitle iletişim araçlarından görsel ve işitsel özelliğinden dolayı, yerel kamuoyu oluşturmada önemli ve etkili bir araçtır. Hedef kitleye ulaşması açısından yerel basından daha geniş bir kitleye sahip olması önemini bir kat daha arttırmaktadır. Türkiye’de okur yazar oranının düşük olması da televizyonun etkinliğini arttıran bir diğer faktördür (Bağardı, 1999: 98).

Yerel televizyonlar, bireylerle ve yerel halkla iletişim kuran ve mesaj gönderme yoluyla onları etkileyen araçlardan biridir. Yerel televizyonlarla oluşturulacak kamuoyunda bireyler olayın doğrudan içinde yer almaktadırlar. Ulusal kamuoyuna göre daha kısa zamanda oluşur ve sonuçlar daha net ortaya çıkmaktadır (Vural, 1997).

Yaygın medyanın her zaman detaylarıyla veremeyeceği toplum yararına olan ya da büyük birliktelikler gerektiren olaylarda yerel medyanın önemli görevler üstlendiğini belirten Kalender de, Konya basınından bir önemli bir örnek vermektedir: “Kurtuluş Savaşı yıllarında çıkarılan “Öğüt” ve “Babalık” Gazeteleri özellikle milli mücadeleyi desteklemesi açısından son derece, önemli roller üstlenmiştir. Özellikle “Öğüt” Gazetesi, İtalyan birliklerinin işgali altındayken bazı baskılarla zorlanmış ve kapatılmıştır. İşte, bir gecede, Söylemez Baba Tekkesi’ne taşınıyor ve hemen insanların ve oradaki gençlerin yardımıyla başka bir gazete

çıkarılarak el altından dağıtılmıştır. Basın tarihiyle ilgili kitaplara baktığımız zaman, gerçekten, “Ögüt” ve “Babalık” Gazetelerinin, milli mücadele lehinde, halkın örgütlenmesinde son derece önemli bir fonksiyon üstlendiğini görüyoruz” (Kalender, 1999: 59).

Yerel televizyonlar bir taraftan kamusal iradeyi açıklarken, diğer taraftan yerel kamuoyunun biçimlenmesinde önemli bir iletişim aracıdır. Bu işlevi ile yerel televizyonlar, kamuoyu üzerinde ortak ve etkili bir baskı unsuru oluşturarak, yerel yönetimler ve siyasal oluşumlar üzerindeki etkisiyle daha tutarlı ve duyarlı çalışmalar sergilemelerine olanak sağlamaktadır. Böylece kent yaşamında yöneten ve yönetilen ilişkisinde demokratik bir ortam yaratılmış olmaktadır.

Yerel katılımın sağlanmasında önemli bir işlevi üstlenmesi gereken yerel televizyon kanalları, haberlerle birlikte tartışma programları, paneller ve açık oturumlarla yerel gündemin oluşmasına katkı sağlamalıdır. Orhan Gökçe’ye göre “Yerel iletişimin çevre koşulları içinde yerel televizyonlar, kitle iletişimi açısından, en önemli ve öncelikli araçlardır. Yerel televizyonlar doğrudan bölge halkıyla iç içe yaşadığı için bölgede gelişen olaylara çok daha yakındır” (Gökçe, 1996: 167).

Yerel televizyonlar haber verme işlevlerini demokrasinin dayandığı, özgürlük, eşitlik, dayanışma, katılım gibi ilkeleri göz önüne alarak gerçekleştirirse yönetim ve yurttaşlar açısından sorunlar azalabilir. Yerel yönetimlerin iletişim çalışmaları arasında yerel televizyonların bulunması, belediyelerin bu araçlardan yararlanabilmeleri yurttaşlara kolaylık sağlar. Örneğin, belediyelerin ve yerel yönetim organlarının düzenlediği toplantı, kampanya, spor karşılaşmaları gibi siyasi ve kültürel etkinliklerin yerel televizyonlar aracılığıyla duyurulması kolaylık sağlar (Bayram, 2002: 85).

Medyanın olmadığı ya da basının olmadığı noktalarda, sivil toplum örgütlerinin hareketlilikleri ve resmi kurumlarla ilişkileri daha sınırlıdır ve seslerini genellikle duyuramazlar. Yerel medyanın bir özelliği de bu anlamda bölgedeki sivil toplum örgütlerinin çalışmalarını, isteklerini, programlarını, karşı duruşlarını, yandaş oluşlarını dile getirebilmesidir ve bu anlamda bulundukları coğrafya içerisinde bir kamuoyu yaratılmasının doğrudan aracısı olma özellikleridir. Doğal olarak kamuoyu,

bütün bu çalışmaların, haber akışının sonucunda pozitif ya da negatif bir tavır alabilir (Belovacıklı, 2002).

Medyanın tek başına kamuoyu oluşturmamayaacağını ifade eden Vural (Vural, 1999: 45) ise, medyanın kamuoyunun serbestçe oluşmasını sağladığını, tersi durumda basının tek yanlı haber ve yorum akışı ile izleyiciye şans tanımadan onu gütmesi anlamına gelebileceğini vurgulamaktadır.

Basın, kamuoyunu oluşturma ve açıklama görevini, kamuoyunu oluşturan toplum üyeleri de kendi üzerlerine düşen görevleri tam, doğru ve bilinçli bir şekilde yerine getirdiği takdirde, ülkede yanlış ve keyfi kararların alınması, toplumun yapısına uymayan politikaların ortaya konulması ve toplumun beklentilerini karşılamayan icraatların yapılmasını güçleştirecektir (Vural, 1999: 62).

Yerel kamuoyunun oluşması ve yerel sorunların tartışılarak çözüme kavuşturulmasında da yerel medya önem kazanır. Televizyon, ortak tartışma programları, araştırma programları, izleyicilerin katılımına açık programlar, kent meclisleri ve benzeri girişimler ile yurttaş katılımını, denetimini ve dolayısıyla yerel demokrasiyi güçlendirici potansiyele sahiptir.

Özellikle Türkiye gibi merkezi yönetim geleneğinin güçlü olduğu bir ülkede, yerel demokrasilerin katılım yoluyla güçlenmesi, halkın yönetimde söz sahibi olması, sadece oy atma yoluyla gerçekleşmemelidir. Yerel televizyon kanalları hem halkın sesi olarak onların sorunlarını yansıtmalı ve kamuoyu oluşturmaları hem de halkı bizzat çözüm yollarının içine dahil edip sorumluluk sahibi yapmalı ve böylece halkı yönetime ortak etmelidir (Bayram, 2002: 82). Bunun için de tartışma ortamları yaratılarak ortak çözümler bulunması sağlanmalıdır.

Yurttaşların, yönetimin verdiği hizmetlere olan talebinin tam olarak bilinmesi, yurttaşların gereksinimlerinin neler olduğu ve verilen hizmetler konusunda yurttaşların düşüncelerinin ne olduğu, yönetimle iletişim kurulması yoluyla ortaya çıkar. Akif Çukurçayır, sosyal sorunların çözümünde halkın katılımının uzlaşmaya yardımcı olabileceğini söylemektedir: “Demokrasinin amacı, sosyal sorunların çözümünde olabildiğince geniş bir sosyal taban oluşturarak, özgür eleştiri,

hoşgörüyeye dayanan bir tartışma ortamı ve toplumsal çatışmaları çözebilen bir sorun çözme yeteneğine sahip olmak gerekir” (Çukurçayır, 2000: 21).

İnternet haberciliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle yerel gazeteler okuyucularının haber ve köşe yazılarıyla ilgili görüşlerine daha fazla yer vermeye başlamışlardır. Yerel televizyonlar da haber bültenleri sırasında telefon numaraları ve elektronik posta adreslerini bildirmektedirler. Yine özellikle canlı tartışma programları sırasında, cep telefonu operatörleri aracılığıyla SMS alınmakta, izleyicilerin program devam ederken soru ve görüşlerini iletmesine imkan tanınmaktadır. Aktif katılım sayesinde yerel televizyonlardaki programların izlenirliği artmakta, ayrıca düzenlenen anketlerle, siyasi ve sosyal konularda halkın genel hatlarıyla görüşü ekrana yansımaktadır.

İzleyici yerel televizyonlarda kendisini ilgilendiren konularla ilgili görüş bildirebildiği sürece haber ya da programları daha rahat takip edebilmektedir. Burada yerel medya, sivil toplum kuruluşları ve vatandaşlar ortak bir tartışma ortamında buluşmakta ve geri planda kalan sorunlar gündeme getirilmektedir.

3.5. Eğitim ve Eğlendirme İşlevi

Yerel televizyonların haber verme ve denetim gibi görevlerinin yanında eğitim sorumluluğu da bulunmaktadır. Kamu görevi kapsamında halkın doğru şekilde toplumsallaşması, devlet tarafından verilen eğitime görsel yayınlarla katkı sağlanması yerel televizyonların önemli görevleri arasındadır. Bunun yanı sıra kamuoyunun günlük yaşam temposunun yoruculuğundan kurtarılması noktasında eğlendirme görevi de önem taşımaktadır. Eğlendirme amaçlı programlar özellikle yaygın basının tamamen ticari yayınlarına nazaran yerel televizyonlarda daha sade yerine getirilmektedir.

Televizyonun eğitim işlevi, eğitsel nitelikli programlarla yerine getirilmektedir. Yerel perspektifte görsel-işitsel özelliğiyle yerel televizyonlar önemli bir iletişim aracı olmaktadır. Halkı aydınlatıcı, bilgilendirici, kültürel yaşamı zenginleştirici ve kültürün yayılmasını sağlayıcı yayınlar eğitim işlevinin içinde yer alır. Kùltürler arası ilişkilerden haberdar olma ve kültürel alışveriş ortamı sağlayan yerel

televizyonlar kültürel bir zenginlik kazanılmasına yardımcı olur (Bağardı, 1999: 102).

Vural da (1996: 1063), yerel basının eğitime görevi bağlamında, vatandaşların lokal yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı olduğunu, yakın bir bağlılık ve ortaklık duygusu içerisinde yerel kültürün ve çevrenin çok önemli bir toplumsallaşma vasıtası olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır. Vural, yerel basının; yayınladığı haberler, fotoğraflar, ele aldığı sorunlar, kentin ihtiyaçları, kentteki 24 saat kültürel ve sosyal etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle, bireye ‘yaşanan’ yer duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırdığını ifade etmektedir (Vural, 1996: 1063).

Ulusal televizyonlarda, televizyonun haber, eğlence ve eğitim gibi önemli temel işlevlerinden genel olarak eğlence üzerinde durulmaktadır. Rating hedefli yayın anlayışı televizyonları halkı gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırma gerekçesiyle eğlence amaçlı yayına yönlendirmiş, özellikle bir dönem haberler de magazin el yayıncılık ağırlık kazanmıştır. Son yıllarda uydu yayınlarının da yaygınlaşması ve tematik kanalların yayın hayatına başlamasıyla haber ve eğitim ekranlarda daha fazla yer bulmaya başlamıştır. Haberin yanı sıra eğitici yayınlar daha çok gezi belgeselleri aracılığıyla, ülke içindeki farklı kültürler ile dünyadaki diğer ülkelerin tanıtılması, çocuklar için eğitici filmler, halkın devlete ve topluma karşı sorumlulukları noktasında bilinçlendirilmesi, eğitim hayatındaki yenilikler, sosyal güvenlik ve meslek seçimi gibi konularda yayınlar yapılabilmektedir.

Genel kitleye hitap eden televizyon kanalları RTÜK tarafından zorunlu hale getirilmesine rağmen eğitici yayınlara gece çok geç saatlerde yer vermekte, sivil toplum kuruluşlarının ilişkileri sayesinde çok izlenen programların içinde kısa süreli duyurular yapıldığı görülmektedir. RTÜK’ün kanunlara aykırı yayın yapılması nedeniyle verdiği cezalar, yayını durdurulan programın saatinde eğitici yayınlara yer verilmesini öngördüğü için ulusal televizyonlar bu yayınlara zorunluluk nedeniyle yer vermektedir.

Yerel televizyonlar ise yayın yaptığı yörenin eğitimine katkı sağlamak amacıyla o ildeki üniversite ve okullarla işbirliğine gidebilir. Eğitim ve okullardaki

sorunlar, çocukların gelişimi, aile içi ve toplumsal ilişkiler, trafik, kanuni hak ve sorumluluklar, vergi ve çevre bilinci ile kültürel miras gibi birçok konuda; üniversitelerin ilgili birimlerinden öğretim üyeleri ve milli eğitimden uzman kişilerin görüş ve önerileri, sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği panel ve konferanslara, program ve haberlerde yer verilmektedir.

Belli bir yöreye hitap edilmesi nedeniyle haber konu ve kaynaklarının sınırlı olması yerel televizyonların eğitici yayınlara daha fazla yer vermesini sağlamaktadır. Bakanlıklar ve şehirdeki temsilcilikleri ile belediyelerin hazırlattığı tanıtım filmleri prime time olarak nitelendirilen yayın saatlerinde bile yer bulabilmektedir. Gündüz kuşaklarında da magazinél içerikli kadın programları yerine ev kadınlarına yönelik eğitici yayınların daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Haber bültenlerinde de eğitim seminerleri, konferanslar, paneller gibi eğitici yayınlara yer verilmektedir.

Bu yayınlara yer verilmesinin önemli bir nedeni yüksek maliyetleri olmamasıdır. Ancak yine de yerel kanalların halkın bilgileneşmesi ve eğitilmesi için hassas davrandığı ortadadır.

Diğer yandan yerel televizyonların eğitime görevinin önemli bir parçası da, şehirlere göçün beraberinde getirdiğı kimlik çatışmalarının ortadan kaldırılması için halkın toplumsallaşmasına katkıda bulunmak olarak değerlendirilmektedir. Çukurçayır, bireysel kimliklerin toplumsal kimlikle örtüşebilmesi, yaşanan çevreye ilişkin oluşumlara katılmanın bireyler için gerekli olduğunu belirtmektedir: “Türkiye’de kentlerin gerek fiziksel, gerekse sosyal ve siyasal yapı olarak evrensel normları yakalayabilmeleri ve çağdaş bir kimliğe kavuşabilmeleri için, kentlilerin kentleriyle özdeşleşmeleri ve kentdaşlık bilincinin geliştirilmesi gerekmektedir” (Çukurçayır, 2000: 256-257).

Türkiye’de özellikle, sanayi ve inşaat sektörünün geliştiğı şehirlerde, aynı ilin kırsal kesiminden ve gelişmişlik düzeyi alt seviyede kalan farklı bölgelerden göç yaşanmaktadır. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi metropol şehirlerin ardından son yıllarda İç Anadolu’da Kayseri ve Konya gibi merkez nüfusu 1 milyona yaklaşan şehirler de Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nden göç almaya başlamışlardır.

Yerel medyanın da halkın kültür ve hassasiyetlerinden bağımsız olamayacağı düşünüldüğünde göçle gelen farklı kültürlerin şehrin yerleşik kültürüne adaptasyonunda önemli rol üstlenebilmektedir. Ancak yine sosyal hayatın önemli kurallarından değişim de şehirlerde büyük ölçüde göçle birlikte yaşanmakta, yerel televizyonlar da bu değişimi halka yansıtarak farklı kültürlerin birbirine yakınlaşmasına yardımcı olmaktadır. Dışarıdan gelen insanlar, kent merkezi ya da kırsal kesimdeki yaşamın özelliklerini yerel kanallar sayesinde öğrenmekte, yerleşik halk da şehre dışarıdan gelen insanları tanıyabilmektedir. Ancak burada farklı çatışmalar da görülebilmektedir. Yöre halkı, göçle gelenlerin suç oranlarını arttırdığı, ahlaki değerleri zaafa uğrattığı yönündeki vehimlerini belirtmekte, özellikle iş imkanlarının artması ve üniversite hayatı nedeniyle gittiği şehirde yaşamayı tercih edenler de iç Anadolu şehirlerinde toplumun değişime kapalı olmasından, sosyal hayatın cansızlığından yakınmaktadır. Genel itibariyle bakıldığında yerel televizyon kanallarının şehrin yerleşik kültürüne ters düşmeyecek bir bakış açısıyla yayımlar yaptığı ancak katı ideolojik yayın politikaları olan televizyon kanalları dışında değişimi ekrana yansıttıkları görülmektedir.

Diğer taraftan yerel televizyonlar gündelik yaşamın monotonluğundan sıkılan bireylerin, hazırlanan programlar ve haberlerle eğlence ihtiyacını karşılamasına imkan verebilmektedir. Eğlendirme yoluyla bireyin boş zamanlarını değerlendirilmesine de olanak sağlar. bu işlevi yerine getirirken eğitici kültürel içerikli programlardan yararlanılabilmektedir. Yerel televizyonlarda eğlence amacına yönelik müzik, tiyatro, mizah gibi programlar hazırlanarak şov programlarında izleyicilere de yer verilmesiyle izlenirlik artırılabilir. Ayrıca ulusal televizyon programlarına ulaşamayan birçok yerel sanatçı yerel televizyonlarda izleyicilere ulaşabilmektedir (Bağardı, 1999: 103).

Yerel televizyonların eğlence içerikli yayınlara daha fazla yerel müzik programlarıyla yer verdiği görülmektedir. Bölge ve yörede tanınan, o yöreye özel müzikleri icra eden sanatçılarla program yapılmaktadır. Yerel televizyonlar bu yayınlarıyla, yalnızca TRT’de yayınlanan, ulusal televizyonlarda neredeyse hiç yer bulmayan müzik programlarının açığını kapatabilmekte ve alternatif yayıncılık yapmaktadır. Ayrıca yerel müzik yapılan bu programlar, izleyicilerin de telefon ya da

mesaj yoluyla istediği eserlerin yayınlanmasına yönelik hazırlanmakta ve halkın doğrudan katılımı sağlanabilmektedir.

3.6. Kültürel Mirasın Korunmasına Katkı İşlevi

Yerel televizyonların kültürel mirasın korunmasına katkı işlevini maddi ve manevi olarak iki açıdan ele almak gerekmektedir. Maddi kültür denildiğinde, yerel çevrede geçmiş nesillerin bıraktığı eserler ve doğal güzellikler akla gelmektedir. Manevi yönden kültürün korunması konusunda ise bölge halkının geçmişten bu yana ortaya çıkardığı ortak yaşama biçimleri, adetler, gelenekler, toplumsal değerler ele alınmaktadır.

Yaygın medyanın ulaşamadığı, göremediği ya da görmezden geldiği noktalarda bir haber oluşturabilmek için veya yayın yaptığı bölgeye sahip çıkabilmek, yerel değerleri korumak için yerel basın kültürel mirasın korunmasını kendisinde misyon edinmektedir. Bölgedeki bir tarihi esere sahip çıkmak, ortaya çıkartmak, onu ulusal düzeye yansıtabilmek, yerel medyaya düşen bir görevdir ve bunu yaparak bir taraftan parçanın bütüne, yerelin ulusala eklemlenmesini sağlamaktadır (Belovacıklı, 2002).

Anadolu'da asırlar boyu olduğu gibi bugün de farklı din ve medeniyetler yaşamaktadır. Yerel televizyonlar gözden kaçmış, ihmal edilmiş, üstü örtülmüş tarihi eserleri bulup çıkarmakta, onların hangi medeniyete ait olduğunun bilim adamları tarafından tespit edilmesinde itici güç olabilmektedir (Burhan, 1998: 77).

Son yıllarda gerek ulusal gerekse yerel medya, tarihi eserlerin korunmasında büyük bir özen göstermektedir. Anadolu Selçuklu Devleti'nin başkenti olan Konya'da basının tarihi mirasın korunmasına sağladığı katkı son dönemde yaşanan somut bir olayla tespit edilmiştir. Konya Büyükşehir Belediyesi'nin şehir merkezinde yapımına başladığı otoparkın inşaatı sırasında Selçuklu Dönemine ait Zindankale surlarının kalıntılarına rastlanmıştır. Eserin temelleri ortaya çıkmasına rağmen inşaatın devam ettiğini öğrenen yerel basının olayı gazete sayfalarına taşımasının ardından televizyonlar da surların bulunduğu otopark inşaatı bölgesinde haberler yaparak konuyu kamuoyunun gündemine taşımıştır. Bunun üzerine belediye yetkilileri inşaatı durdurmak zorunda kalmış, tabiat varlıklarını koruma kurulu ve diğer yetkili kuruluşların incelemelerinin ardından bölge koruma altına alınmıştır.

Evrenselleşme süreciyle birlikte bireyin yakın çevresinden soyutlanması ve yabancılaşması sorununun aşılmasında, yerel ilişkilerin, yerel kültür ve topluluğa bağlılık ve ortaklık duygusu oluşturulması bir çözüm olarak görülürken yerel iletişim araçları bu konuda önemli bir işlevi yerine getirebilmektedir (Vural, 1996: 1063).

Küreselleşme olgusu, kitle iletişim araçları aracılığıyla bazı ortak kullanım ve alışkanlık ortaya çıkartmaktadır. Kitle iletişim araçlarının içerikleri de izleyicilere farkında olmadan başka toplumların, kültürlerin davranış biçimlerini, tüketim alışkanlıklarını benimsetmektedir. ABD’de orta sınıf insanların giydiği bir pantolon Konya’nın Bozkır İlçesi’nde bir köyün gençleri tarafından da, küresel ticaretin etkisiyle, satın alınabilmekte ve tek düzeleşen bir insan yaşamı ortaya çıkmaktadır. Öyle ki yerel kıyafetlerin kullanımı yok denecek kadar azalmış, geleneksel giysiler turistlerin ilgisini çektiği için üretilmeye başlanmıştır.

Bu bakımdan yerel değer ve alışkanlıkların korunması, unutulmaması bağlamında yerel televizyonlar önemli bir işlevi yerine getirebilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının devamlılık fonksiyonuna katkı sağladığını yine Konya’dan bir örnekle ortaya koyan Kalender, yerel gazeteler ve televizyonların hitap ettikleri bölge ve şehrin özellikle taşınamayan kültür varlıklarının tanıtılmasındaki rolüne dikkat çekmektedir. Yeni kuşakların bilmediği, türküler, yemekler, geleneksel yaşam biçimleri, Meram Bağları’nın geçmişteki adetleri gibi olumlu kültür unsurlarının Konya’daki basında yoğun şekilde yayımlandığını ifade eden Kalender, bu sayede, yörenin değerlerinin geleceğe aktarıldığını anlatmaktadır (Kalender, 1999).

Yerel televizyonların ulusal televizyonlardan farklı olması gereken noktalar bulunmaktadır. Her şeyden önce seslendiği kitle açısından, yerel televizyonların yerel kalması, yerelliğini koruması gerekmektedir. Rengin Ozan İskeçe, yerel televizyonların kendi yörelerinde sorunları doğrudan aktardığı için özel bir konumu olduğunu belirtmektedir. Yerel medyanın yerel kültüre, müziğe ve sanatçıya ilginin artmasını sağlayarak, yerel kültürü ulusal ve hatta uluslar arası kültüre taşımak için duyarlı bir tutum sergilemesi gerekmektedir (İskeçe, 2000: 13).

Ancak ulusal televizyon kanallarını daha çok takip eden izleyiciler İstanbul Türkçesi adı verilen tek bir konuşma tarzını işitmekte, geniş imkanlar nedeniyle üst düzey sanatçılarla ilgilenmektedir. Bunun sonucunda ise yerel şive ve lehçelerin kullanılması nedeniyle, yerel televizyonları eleştirmekte hatta basitlikle suçlayabilmektedir. Ancak yerel kültür ve değerlerin içinde bölgenin şivesi de önemli bir yer tutmaktadır. Kanalların haber bülteni dışındaki bazı programlarında sunucu ve yayına alınan konukların yerel şiveyle konuştukları görülmektedir. Özellikle müzik programlarında yöresel eserlerin seslendirilmesinde bölgenin ağız kullanılmaktadır. Bu yayın anlayışı eleştirilse de izleyicilerin kendileri gibi konuşan ve yerel eserleri seslendirenleri ekranda görmesi takip edilirliliği arttırmakta, yerelliğin kaybolmasını bir anlamda önlenmektedir.

Yerel televizyonlar yaptığı eğitici yayınlarla da bireyin sosyalleşmesine katkı sağlamakta, yaşam tarzlarını, değerlerini öğrenerek toplumsal hayatta dışlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmamasına yardımcı olmaktadır.

3.7. Ekonomik Hayata Katkı İşlevi

Avrupa’da, elektronik kitle iletişim araçlarının daha fazla erişilebilir kılınması, televizyon yayıncılığındaki merkezi yapının yerelleştirilmesi ve yayıncılık üzerindeki siyasi baskı ve yönlendirmelerin kaldırılması, yerel yayıncılık açısından ortaya çıkan durumun nedenleri olarak görülmektedir (Timisi,1998: 3). Ulus devletlerin içinde var olan farklı kültürel, toplumsal ve etnik özelliklerin tanınması ve kabul edilmesi bakımından yerel yayıncılık bir fırsat oluşturmuştur. Bunun yanında yerel medyanın reklam mesajlarını ulaştırmada daha ucuz ve hedef kitle açısından verimli olması yerel yayıncılık için ekonomik bir gerekçe oluşturmuştur. Diğer bir deyişle, yerel üretim merkezlerinin ürünlerini yerel pazara ulaştırmada reklam ve tanıtım amacıyla yerel yayıncılığı kullanabilme potansiyeline dikkat çekmiştir.

Yerel medya il ya da ilçe özelinde yapılması gereken hizmet ve yatırımları sorgulayan haberlerle, uzun vadeli hizmet ve yatırımların gerektiğinde yapılmasına katkı sunmuştur. Yaygın basında yer alan ürün tanıtımları, genellikle izleyicinin yaşadığı şehrin dışında hizmet vermektedir. Yereldeki reklamlar ise doğrudan şehir

ya da bölgeyle ilgili olduğu için ekonomideki hareketliliğin de sağlanabildiği görülmektedir.

Son yıllarda reklam verenler, kampanya ve medya planlamalarına yerel televizyon kanallarını da dahil ederek stratejilerini belirlemektedirler. Reklamcılar ulusal reklamlarda coğrafi bölümlere yaparak tüketicilerin yaşadıkları fiziksel çevrelere göre ayırım yaparken, ulusal dağıtımı yapılan malların yanı sıra belirli işletmeler bölgesel ve yerel olarak dağıtımlarını sürdürebilmektedirler (Cemalcılar'dan akt. Bağardı, 1999: 104).

Yerel televizyonların ekonomik hayata katkısı yalnızca yerel firmaların reklamlarının yayınlanmasıyla sınırlı değildir. Ekonomi haberciliği ve programcılığı da şehir hayatı için büyük önem taşımaktadır. Yerel sanayi üretimi, piyasalar, yerel pazarlar ve özellikle KOBİ'ler yerel medya için önemli haber kaynakları arasında yer almaktadırlar. Üretim ve pazarlama kesiminin sorunları ya da yeni yatırımlarının halka ve yöneticilere aktarılması yoluyla ekonomik hayatta canlılık sağlanmaktadır.

Ekonomik açıdan yerel televizyonlar, sermaye ve iş çevrelerinin güdümünde olmaktan çok, kentin, yörenin ekonomik gelişimine katkıda bulunmalıdır. Yeni iş alanları açılarak işsizliğin ortadan kaldırılması, yörenin temsilci ya da milletvekillerine destek sağlayarak kentin, bölgenin çıkarlarının savunulmasında yerel televizyonlar önemli işlev sağlayabilirler. Yöre insanı ve iş çevrelerinin uyumlu birlikteliğinin yanı sıra, yörenin toplumsal refahının yükseltilmesi ve yeni ekonomik hamlelerin atılmasında çıkar gözetmeksizin yayınlar yapılması ve atılacak adımlara destek olunması yerel televizyon kanallarının işlevi olmalıdır (Dağtaş, 2000: 40).

Erten, yerel medyanın ekonomik hayatta daha fazla yer alması için yönelmesi gereken konuları aktarmaktadır: “Bölgesel ölçekte bakıldığı zaman, girişimciler ile firmaların birbirleri arasında bir iletişim son derece zayıf, son derece eksiktir. Aynı şehirde, yapılan işin niteliği, amacı, hedefi konusunda o bölgede çok sağlıklı bir bilgi dolaşımına rastlamak kolay kolay mümkün olmamaktadır. Girişimciler, işletmeler bir yatay bilgi akışı sorunu yaşamaktadır. Yine, ekonomik faaliyet unsurları, ekonominin yerel aktörleri ve kamu arasında çok büyük bir iletişim kopukluğu vardır. Hükümet, ekonomiyle veya bir sektörle ilgili firmaları ilgilendiren önemli bir

teşvik kararı açıklamakta, girişimci, bilgi sahibi olmadığı ya da kamunun bürokratik ifadeleri nedeniyle sorun yaşamaktadır. Dolayısıyla, yerel medya ekonomi haberciliğini geliştirdiği ölçüde, kamuyla yerel girişimci, bölgesel girişimci ve işletmeler arasındaki bilgi boşluğunu da önemli ölçüde doldurma görevini yerine getirmiş olacaktır” (Erten, 1999).

Erten, KOBİ’lerle ilgili yapılan haberler sayesinde de bu işletmelerin Türkiye gündemine geldiğini ve Anadolu Kaplanları olarak anılmaya başlandığını ifade etmekte, fakat, yaşanan bir krizde bu küçük işletmelerin ne ölçüde zarar gördüğü konusunda bilgiye ulaşamadığını belirtmektedir. Bütün bunlar toplandığı zaman, ekonomi haberciliğini geliştirmeye karar vermiş bir yerel medyanın çok önemli bir boşluğu dolduracağı sonucuna rahatlıkla varılabilmektedir.

Buna ek olarak, ekonomik yaşamın can damarını oluşturan sanayici, esnaf gibi ticari işletmecilerin bağlı bulundukları oda ve meslek kuruluşlarıyla ilgili haberler de yerel televizyonların köprü işleviyle birlikte ekonomik hayattaki bilgi akışını sağlama rolünü yerine getirmesini sağlamaktadır.

Konya’daki yerel televizyonlar şehrin ekonomik kalkınmasını sekteye uğratan teşvik yasasıyla ilgili düzenli yayınlar yaparak yeni çıkarılan yasada kapsamın değiştirilmesine katkıda bulunmuşlardır. Sivil toplum kuruluşları, muhalefet partileri, iş adamı dernekleri ve ilgili odaların Konya’nın teşvik yasası kapsamına alınmamasıyla ilgili tepkilerini iktidar partisi milletvekilleri ve ilgili bakanlıklara düzenli şekilde aktaran ve kamu yararına baskı unsuru olan yerel televizyonlar, sektörel teşviklerde şehrin gerekli yatırımları almasına bir ölçüde zemin hazırlamıştır.

4. YEREL TELEVİZYON HABERCİLİĞİNE GENEL BAKIŞ

Türkiye’de yerel televizyonculuk ve haber yayıncılığı son yıllarda önemli aşamalar kat ettiği ancak yine de Avrupa ülkelerinde yerel medyanın yayıncılık anlayışı ve etkinliği göz önüne alındığında istenen seviyenin henüz yakalanamadığı görülmektedir.

Bursa Gazeteciler Cemiyeti'nin yaptırdığı bir anket çalışmasında Türkiye'de yerel medya ve televizyonların kamuoyu tarafından nasıl görüldüğüyle ilgili önemli ipuçları vermektedir.

Türkiye'nin 5 büyük şehrinden biri olan Bursa'da gazete ve televizyonlar Anadolu'daki birçok kuruluşa göre daha geniş imkanlara sahip olduğu bu nedenle yerel ölçekte önemli bir etkinliği yakaladıkları bilinmektedir. Yapılan ankette de halkın yerel medyayı yetkin, gelişmiş ve kaliteli bulduğunu belirttiği ortaya çıkmaktadır. Deneklerin yine büyük çoğunluğu yerel medyanın güçlü olduğuna ve şehrin gelişimine katkı sağladığına inandığını ifade etmektedir.

Yerel haber, bir bölge ya da kentte bulunan iletişim araçlarının, o kente, yöreye ilişkin verdikleri haberler olarak tanımlanabilir. Bu haberlerde haber kaynakları yereldir. Diğer bir deyişle, kentin gündemini oluşturan kurum ve kişiler, yerel kamuoyunun oluşmasını sağlayan olaylar, gelişmeler, haberlere konu olmaktadır. Bunlar, belediye, valilik gibi idari, yönetsel birimlerden, itfaiye, hastaneler, su ve elektrik gibi gündelik işleri kapsayan gelişmeler olabilmektedir. Yerel haber toplama sürecinde muhabirlerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Muhabirler haberleri toplar, yapımcılar karar verir ve haber yayın müdürleri de yayın politikasına göre haberleri yayınlar. Yerel televizyon muhabirleri, gazetecilere göre sayıları daha azdır, uzmanlaşma ve bilgi arka planı derin değildir, bu durum yerel kamu kurum ve kuruluşlarına daha az soru sormalarına neden olmaktadır. Yerel televizyon muhabirleri her zaman hazırlıklı olup, ani gelişen olaylara giderler ya da bazen radyodan, diğer televizyon kanalından olayın ayrıntılarıyla ilgili bilgi alırlar (Bayram, 2002: 69).

Yerel televizyon habercilerinin bilgi arka planının derin olmaması, hedef kitle ve kaynak ilişkilerinin doğru şekilde kurulamaması sonucu beraberinde getirmektedir. Özellikle Bayram'ın belirttiği daha az soru sorma probleminin ortaya çıkması, yerel muhabirin kendisinin ve yaptığı işin ciddiyetine zarar verebilmektedir. Eline bir sayfalık metin alan bir sendika başkanı, bu metni okumakta ve haberci de çoğu zaman hiç soru sormadan bu metni alıp haber merkezine dönmektedir. Yapılan açıklamanın çelişkili yönleri sorgulanmamakta ve kaynak kişide “ne söylene yazıyorlar” anlayışı hakim olmaya başlamaktadır. Yazı işleri ve istihbarat

birimlerinde bu metinler bazen kontrol edilse de genellikle yayın politikasına göre sadece yerinde değişiklik yapılmaktadır. Yerel medyanın bu çalışma tarzı, yerelliğın korunmasına hizmetten öte, amatörlük ve acemiliğın devamlılığına neden olmaktadır.

Olayın televizyon haberine dönüşmesi ve ekranlarda izleyenin karşısına gelmesi sürecinde yer alan birçok aşama düşünce sistemlerinin, kalıpların, ideolojilerin etkisi altındadır. Haberi yayına hazırlayan bireyler, var olan genel ideoloji alanının içinde oldukları gibi çoğunlukla kurumun ve kurumun sahibinin de ideolojisinin etkisi altındadırlar. Televizyon haberinin üretiliş ve tüketilişinde ideolojik açıdan karşılıklı bir ilişki de söz konusudur. Yani seyirci de bu sürece örneğın rating yoluyla katkıda bulunabilir (Orhon, 2004: 39).

İdeolojik bir bakış açısıyla üretilmiş ve ekrana getirilmiş bir haberi seyircinin izlememesi durumunda ideoloji ne kadar baskın olursa olsun tepkilerle birlikte yayın anlayışını değiştirmek zorunda kalabilmektedir. Burada haberin ne kadar yanlı olursa olsun inandırıcı şekilde hazırlanması önem taşımaktadır. Bu konuda üç yaklaşımdan söz edilebilir. Kamuoyunda güvenilir olarak bilinen bir sunucunun yanlış bir haberi inandırıcı bir şekilde aktarması, yorumlarıyla bunu desteklemesi, uzman görüntüleri, kamera açıları ve kurgu uygulamaları, izleyicide istenen etkinin oluşmasını sağlayabilir. Fakat medyada çeşitliliğın artması, haberlerin farklı yayın kuruluşlarında farklı şekillerde aktarılması, özellikle siyasi haberlerin karşıt görüşte olan kanallar tarafından araştırılması, izleyicinin seçme şansını arttırmaktadır. Bu sayede doğruluk kontrolü yapılabilmektedir. Üçüncü olarak ise izleyicinin kendi görüşünü destekleyen yayınları takip ettiğı için, bu nedenle farklı kanallar izlense de haberin inandırıcı olup olmadığı önem taşımaktadır. Türkiye’de son yıllarda siyasi kutuplaşmaların da etkisiyle medyanın ikiye bölündüğü belirtilmektedir. Bu nedenle yayın kuruluşları arasında aynı haberlerin verilişinde önemli farklar görölmektedir.

Yerel ölçekte ideolojik bakış açısıyla beslenen yayınlar yapan kuruluşlar bulunmakta ancak haberlere bakıldığında gazete ya da televizyonların tam anlamıyla ulusal basında olduğı gibi bir kutuplaşma olmadığı görölmektedir. Yerel televizyonlar belli grupların görüşlerini destekleyebilmekte ancak karşıt görüşler farklı kuruluşlarda yer bulabilmekte, basının direkt olarak birbirini hedef alan tarzda

yayınlara ise genellikle başvurmadığı görülmektedir. Fakat tekzip kurallarına yeterince uyulmaması nedeniyle özellikle yerel siyasetçilerin, aleyhlerinde çıkan haberlere, kendi görüşlerine yakın yayın yapan televizyon ya da gazetelerde cevap verdiğine şahit olunabilmektedir.

Medya her zaman gerekli olan sorunları gündeme getiremeyebilmektedir. Bazı konuların diğerlerinden daha önemli olduğuna karar veren televizyon ve basın, toplum adına gündem belirleyici rolünü üstlenmektedir. Bu süreç yerel televizyonlarda da aynı şekilde işlemekte, yerel kamuoyunun oluşması ve gündemin belirlenmesinde konu seçimi yerel yayın araçları tarafından yapılmaktadır. Ancak yerel konuların çok çeşitli olmaması, enformasyon yoğunluğunun düşük olması, yerel televizyonların, zaman zaman haber değeri taşımayan konuları da haberlerine taşımasına neden olmaktadır. Bu durum, yerel medyanın halkın gündeminden uzaklaşılması sorunuyla karşı karşıya kalmasını beraberinde getirebilmektedir.

Yerel televizyonların haber seçiminde sorun yaşamadığı konuların başında polis-adliye haberleri gelmektedir. Kaza, yangın, göçük, kavga ve cinayet gibi olaylar yerel izleyicinin her zaman ilgisini çekmektedir. Bu nedenle editörler ve istihbarat sorumluları bu tür haberleri genel olarak es geçmemektedir. Bu haberler bültenlerde mutlaka yer aldığı için de yerel televizyonlar güvenlik haberlerini ciddiyle takip etmekte ve önemli haber kaynaklarından olan polisle de ilişkilerini güçlendirme zorunluluğu hissetmektedir.

Schiller'in Amerika Birleşik Devletleri'nden verdiği örnek, Türkiye'de güvenlik haberlerinde haberci-kaynak ilişkisinin geldiği noktaya hiç de uzak değildir: "Yayıncıların kendi aralarında anlaşmalar imzalayarak, polisle işbirliğine gidip kentlerde yaşanan asayişsizlikle ilgili haberlerin yayını geciktirmeleri, hatta yayınlamamalarıdır. Büyük televizyon istasyonlarının muhabirlerinin yüzde 39'u polisle işbirliği içerisindedir. Indianapolis'te istasyonlar "Omaha Planı" adıyla bilinen bir plana göre hareket etmektedirler. Bu plana göre polis "Code 30" anonsunu yaptığında haber medyası ellerindeki asayişle ilgili haberleri yayınlamayı 30 dakika geciktirmektedir. Bu arada aynı olayla ilgili bilgi toplamaya devam etmektedirler. Aynı anonsun tekrarlanması durumunda polise 30 dakikalık yeni bir süre tanınmakta,

haber yayına konulmamakta, bu ikinci 30 dakikanın sonunda haberi yayınlama hususunda TV istasyonları kendilerini serbest addetmektedirler (Schiller, 1993: 255).

Türkiye’de şehirlerde güvenliği sağlayan polis ile kırsal kesimde görev yapan jandarma ulusal ve yerel televizyonların önemli iki haber kaynağıdır. Ulusal televizyonlar polisle ilgili haberlerde hata ve sorunlara daha rahat dikkat çekebilmektedir. Yani polisin eleştirildiği haberlere yer vermektedir. Yerel televizyonlar ise haber kaynağı ile ilişkilerin bozulmaması adına bazı haberleri görmezlikten gelmekte, ya da geç yayınlamaktadır. Polis adliye muhabirleri zaman zaman aralarında anlaşarak polisi zor durumda bırakacak haberi ya hiç görmemekte ya da emniyeti zor durumda bırakacak bölümleri yayınlamamaktadır. Bunun nedeni yerel muhabirin ve kurumun polisten daha sonraki gelişmelerde bilgi alma zorunluluğudur. Yerel yayın yapan her kurumun güvenlik haberlerini atlamama uğruna siyasi ve sosyal gelişmeleri es geçme pahasına polis-adliye muhabiri çalıştırdıkları görülmektedir.

Olayın televizyon haberine dönüşmesinde yer bulan işleyişe ait etkilerin ve sürece katılan her bireyin bilinçli veya bilinçsiz etkilerinin ortaya çıkan ürün üzerinde son derece belirleyici olduğu görülmektedir. Süreci daha da detaylı bir şekilde inceleyecek olursak şöyle bir sırayı takip etmiş oluruz: Olayın kendisi haberin merkezi, kaynağı olarak yer almaktadır. Olayın haber olması için editörler ve görev masasındaki görev dağıtıcılarca görevlendirilen muhabir olayı takip etmeye başlar. Görüntüler, sesler toplanır. Gerekli görülen röportajlar yapılır ve daha da ayrıntı için araştırmalar tamamlanır. Elde olan tüm malzeme ile haber merkezine dönülür ve kurgu masasında olaya ilişkin bilgileri içeren görüntüler, sesler, röportajlar, tamamlayıcı arşiv görüntüleri ve araştırmalar belli bir yaklaşım içerisinde bir araya getirilir. Çeşitli grafikler, üst sesler, dip müziği ve benzeri istenildiğinde eklenir. Gün boyunca toplanmış tüm haberler bir havuzda toplanır ve en başta haber olmalarındaki seçim gibi editörlerce seçilirler. Yayına hangi sırada girecekleri, nasıl bir sırada sunulacakları kararlaştırılır. Sunucunun haberi nasıl aktaracağı belirlenir (Orhon, 2004: 18).

Olayın haber olmasındaki bu süreç, yetişmiş personel eksikliği, maddi sorunlar nedeniyle muhabir çalıştırılamaması gibi nedenlerle yerel televizyonlarda aynı

şekilde gerçekleşemeyebilmektedir. Olayı muhabir ve kameraman takip etmesi gerekirken, çoğu zaman kameraman hem görüntüleri almakta hem de olayla ilgili bilgileri toplayarak haberi kurgulamaya çalışmaktadır. Bu durum habere ulaşıldığı andan itibaren bazı ayrıntıların gözden kaçması riskini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca muhabirin anonsuyla anlatım avantajından da yerel televizyonlar faydalanamamaktadır. Kameraman, muhabir olmadan röportaj yapmak zorunda kalmakta, görüntüyü sağlıklı alabilmek için kaynak kişinin yaptığı açıklamalardaki çelişkileri fark edememektedir. İstihbarat toplantıları haber müdürleri tarafından yapılmakta, olayın kurgulanması sırasında izlenecek yol da genellikle muhabirin inisiyatif ve tecrübesine bırakılmaktadır. Yeterli teknik donanım bulunmadığı için kurgu aşamasında görüntü seçimi özensiz yapılmakta, röportajlarda uzun konuşmalar verilmekte, çoğu zaman arşiv ile görüntü desteği sağlanmamakta, grafikler yalnızca görüntüsü bulunmayan haberlerde kullanılmakta, müzik ve efektlere de genellikle özel haberlerde zaman zaman yer verilmektedir. Haberlerin kurgu öncesi kontrolünde yalnızca yazılı metnin eksiklerine bakılmakta, görüntülerin eksik olup olmadığına dikkat edilmemekte, editör istihdam edilemediği için zaman zaman kontrol mekanizması çalışmamaktadır. Kurgu sonrasında da haber sıralamalarında genellikle ilk beş sıradaki haberlere dikkat edildiği, spikerin haberi nasıl aktaracağı konusunda ise müdahalede bulunulmadığı görülmektedir.

Yerel televizyonların haber yayıncılığında yaşadığı önemli bir sorun kalifiye eleman eksikliğidir. Alankuş, medyanın “herkesi 15 dakikalığına meşhur etmeyi sağlayacak bir güç” sahibi olduğunu aktarmakta, habercinin sahip olduğu bu güçle yürüyüşünün bile değiştiğini belirtmektedir: “O halde dünyayı kavramsal olarak nasıl anlamlandırdığınızı, gazetecilik anlayışınız ile pratiğinizi aynı anda belirliyor. Yoksa ikincisini öğrenmek nihayetinde herkesin yapabileceği teknik deneyim ve ustalık edinme işi, ancak gazetecilik hiç de bundan ibaret değil” (Alankuş, 2005: 30).

Alankuş’un burada değindiği habercinin elindeki gücün farkında olması ya da kameranın gücünü kendi gücü zannetmesi özellikle yerel medyada kaliteli personel ve dolayısıyla kaliteli yayıncılık açısından sorunlar yaşanmasına neden olabilmektedir. Lise mezunu, yeterliliği olmayan birinin maddi imkansızlıklar nedeniyle muhabir yapılması derinliğin kaybolmasının ilk basamağı olmaktadır.

Düşük maaşlarla çalışan yerel muhabir, elindeki kamera, mikrofon, fotoğraf makinesi ya da ekranda yaptığı sunuculuk ile tatmin olmakta, valinin odasına girebilmenin mutluluğunu yaşamakta, ancak işi gereği derine inmesi gerektiğinde tökezlemekte hatta düşmektedir. Dolayısıyla şu an Türkiye’de yerel medya da düştüğü yerden kalkamamaktadır. İletişim sürecinin objektife bakan birinin fotoğrafını çekmek ve basın bültenini alıp toplantıdan çıkmak kadar basit gören anlayış, gerçekten özgün ve yerel, televizyonculuk ya da gazetecilik yapmak isteyen kuruluşların da işini zorlaştırmaktadır. Yine de karar vericinin izleyici yani kamu olduğu gerçeğinden yola çıkılarak yerel medyada doğru işler yapma isteğinin yok olmadığı gözlenmektedir.

4.1. Yerel Televizyonda Haber Türleri

Ulusal haberlere konu olabilen olay ve gelişmelerin yanı sıra, yerel izleyiciyi etkileyen ya da gerçekleşen olayda, haberde yerel izleyicinin merakını giderecek yönler varsa, bu haber yerel televizyon kanallarında yer almalıdır. Yerel düzeyde halkın beklentisi, topluluk için haberin önemli ve anlamlı olmasıdır. Yerel ya da ulusal düzeyde hükümetin, yönetim organlarının icraatları, eylemleri haber değeri taşımaktadır. Ancak çok sayıda insanı ilgilendiren ve etkisi büyük olan işler, olaylar hakkında haberler yapmak, haber bültenlerini aşırı haberle doldurmayı önleyebilmektedir.

Yerel habercilikte, yaşanan bölgenin coğrafi yapısı ve çevre özelliklerinin haberlere yansıdığı görülebilir. Dağlık bir bölgede kayıp dağcılar ya da kurtarma haberleri öne çıkarken, bir otomobil fabrikasının olduğu alanda, istihdam olanakları, grevler, yeni araç modelleri, şirketin geleceğiyle ilgili haberler gündeme girer. Bölgenin özellikleri haberlere yansırken, izleyici doğru haber aldığı sürece televizyon kanalına güvenir ve haberleri izler (Boyd’dan akt. Bayram, 2002: 78).

Konya’dan bir örnek vermek gerekirse yapılan haberlerin coğrafi yapının özelliklerini önemli ölçüde yansıttığı görülmektedir. Düz ve geniş toprakların yer aldığı Konya Ovası’nda yapılan tarım Türkiye’nin tahıl ürünleri ihtiyacının önemli bir bölümünü karşılamaktadır. Bu nedenle tarım sektörü, çiftçilerin sorunları, toprak, iklim, sulama, tarımsal sanayi ve istihdam konuları yerel televizyonlarda yer

bulmaktadır. Bu konuda haber kaynakları genellikle, ticaret borsası, ziraat odaları, ziraat mühendisleri birlikleri ve tarım müdürlükleri olmaktadır. Ayrıca Türkiye’de küçük ve orta işletmelerin en fazla olduğu iller arasında gösterilen Konya’da KOBİ’lerin üretim imkanları, ihracat, ithalat potansiyelleri ve markalaşma konuları da sanayi ve ticaret odaları aracılığıyla yerel bültenlerde haber olmaktadır.

Özellikle şehir hayatında insanların komşularıyla bile iletişim kurmakta güçlük çektiği, birkaç sokak ötede neler olduğunu bilemediği göz önünde bulundurulduğunda yerel halkın yerel televizyonda kendi ilçesi ya da mahallesi ile ilgili olan bir kavga, kaza veya bir gösteri büyük ilgi görebilmektedir. Yerel kanalların zaman zaman ulusal bir televizyonda hiçbir şekilde yer alamayacak haberleri bile yayınlamasının en önemli nedeni yakınlık özelliğinin kullanılması amacıyla kaynaklanmaktadır.

Ulusal kanallarla büyük ölçüde paralellik gösteren haber konuları ve türleri şu başlıklarda ele alınmaktadır:

4.1.1. Politika Haberleri

Politika haberleri genelde siyasi partiler, hükümet ve yönetim organlarının icraatları, kararları, etkinlikleri gibi bilgileri içeren haberlerdir. Halkın yönetime katılmasında önemli bir görevi olan partiler genel olarak haberlerde geniş yer bulurlar.

Siyasal erki elinde tutanlar ve yaşamayı oluşturan diğer partiler için de kitle iletişim araçlarını denetim altında tutmak ve bu yolla geniş topluluklara ulaşmak, kendini anlatmak gücünü göstermek açısından politika haberleri önem taşımaktadır (Öztürk, 1996: 1090).

4.1.2. Ekonomi Haberleri

İnsanların gündelik yaşamını doğrudan ilgilendiren vergiler, enflasyon, piyasa ve ekonomiyle ilgili kurumlar, şirketler bu konu içindedir. Ücretli için alım gücü, fiyat artışları, emlak sahibi için vergiler, kiralar, sanayici için sigorta primleri, tarım sektörü için taban fiyatları yaşamın vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Bu nedenle ekonomi haberlerinde bültenlerde verilen yerin artmasından öte ekonomi ağırlıklı

yayın yapan televizyon kanalları da son dönemde Türkiye’de yayıncılık hayatındaki yerini almıştır.

4.1.3. Sivil Toplum Haberleri

Demokrasinin merkezinde sivil toplum kuruluşları yer almaktadır. İnsanlar yönetime katılım, görüşlerini bildirme amaçlarına ulaşmak için, dernekler, sendikalar, vakıflar gibi sivil toplum kuruluşlarının çatısı altında buluşmaktadırlar. Türkiye’de özellikle son yıllarda sendikaların etkinlikleri artarken, siyasi partilerin sivil toplumdaki uzantısı derneklerin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Yerel anlamda da yaşanan şehrin sorunlarının çözümü noktasında çalışan örgütlerden çok belli kesimlerin haklarını savunmak ve birliktelik sağlama amacını gerçekleştirmek için çalışan dernekler revaçtadır. Ayrıca oyun salonlarının işletilmesinde kolaylık sağlayan hemşehri dernekleri de etkin olmadıkları için “Tabela Dernekleri” olarak adlandırılmaktadır. Yerel kanalların haber bültenlerinde özellikle sendikaların etkinlikleri önemli oranda yer tutmaktadır.

4.1.4. Magazin Haberleri

Herkes tarafından tanınan, kamuoyuna mal olan ve genelde sanatçılardan oluşan kitle insanlar tarafından örnek alınmaktadır. Bu nedenle ünlü kişilerin özel hayatları kitle iletişim araçlarında yer bulmaktadır. Ulusal kanallarda “Televole” adıyla başlayan programların önemli izlenme oranlarına ulaşırken, dikkat çekici şekilde sunulan bu haberler televizyonların ana haber bültenlerinde de yer almaya başlamıştır. Tatil yörelerindeki bazı kanallar dışında kalan yerel televizyonlar, ağırlıklı olarak, programlar için yeterli habere ulaşamama gibi nedenlerle magazine ağırlık vermemektedir. Bültenlerde yer alan haberler ise şehre gelen ünlülerin açıklamalarından ibaret kalmaktadır.

4.1.5. Eğitim - Araştırma Haberleri

Üniversiteler, liseler, ilköğretim okullarında öğrenim gören insanlar, bir yöre halkının tamamını ilgilendirmektedir. Mevzuat değişiklikleri, ders konuları, yenilikler ve sınav haberleri ilgi toplamaktadır. Bunun yanında özellikle bürokrasi içinde yaşanan sorunlar, gizlenen yolsuzluk ve usulsüzlükler de haberciler tarafından araştırılmalıdır. Yerel kanallarda eğitim camiasındaki etkinlik ve açıklamalara sık

rastlamak mümkün olurken, araştırmacı gazetecilikle ilgili haberler nadiren yer almaktadır.

4.1.6. Adliye – Güvenlik Haberleri

İnsanların hayatında güvenliğin büyük önemi bulunmaktadır. Başta savaş ve çatışmalar olmak üzere özellikle şehir hayatında artan suç olayları güvenlik ve adliye haberlerinin önemini daha da arttırmıştır. Ayrıca doğa olayları ve felaketler de güvenlik konusunda insanların bilgilendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle habercilerin en önemli kaynakları arasında hastaneler, emniyet birimleri, itfaiye, acil servis ve devletin suçlulara uyguladığı yaptırım kararlarının alındığı adliyeler yer almaktadır. Güvenlik haberlerinin kamuoyuna doğru şekilde ulaştırılması insanların önlem almasında faydalı olmaktadır. Türkiye’de yerel televizyonlar haber değeri taşımasa da yakınlık kriterini de kullanarak özellikle trafik kazaları ve polisin yaptığı yakalama operasyonlarını bültenlerine taşıyabilmektedir. Adliye ve güvenlik haberlerinde ulusal kanallarda olduğu gibi hazırlık soruşturmasının gizliliği (polis kaynaklı bilgilerin doğrulanmadan yayınlanması) ve şiddet içerikli görüntülerin kullanılması konularına zaman zaman dikkat edilmediği görülmektedir.

4.1.7. Kültür – Sanat Haberleri

Eğlencenin televizyonda önemli bir yer tuttuğu gerçeğine rağmen yerel televizyonlar yerel müzik dışında eğlence ve magazin programlarına yer vermemektedir. Ancak kültür ve sanat haberleri etkinliklerin duyurulması ve şehrin önde gelenlerinin katıldığı sinema, tiyatro, sergi, festival ve fuarlarla kamuoyuna iletilmektedir. Ayrıca özellikle gündemin yoğun olmadığı hafta sonu haber bültenlerinde sinema ve tiyatro haberlerine rastlanmaktadır.

4.1.8. Spor Haberleri

Genel izleyici kitlesinde bir bölüme hitap ettiği düşünülse de spor haberleri günümüzde özellikle futbol, evrenselden yerele her kesime ve her coğrafyaya seslenmektedir. Televizyonlar da özellikle hafta sonu maçların oynandığı dönemde ve pazartesi günleri yorum programlarıyla yayınlarında futbola büyük yer ayırmaktadır. Yerel gazeteler amatör branşlara da yer vererek sporun halk tarafından yapılmasına katkı sağlama amacını gütsse de televizyonlar futbol haberleriyle

yetinmekte, yayın yapılan bölgedeki takımların maçlarını canlı bağlantılar, skor duyuruları tartışma programları ile ele almaktadır. Çalışmada konusu yerel haberler olduğu ve spor bültenleri ana haberden ayrı verildiği için spor haberleri kapsam dışında tutulacaktır.

4.1.9. Belediye ve Valilik Haberleri

Yürütmenin başında bulunan hükümetin şehirdeki temsilciliği olan valilikler ve alt yapı hizmetlerinin yürütülmesini sağlayan belediyeler televizyonların önemli haber kaynakları arasındadır. Belediyelerin icraatları vatandaş direkt olarak ilgilendirmekte valilik ile birlikte şehir için alınan kararlar özellikle belediyelerin önemini arttırmaktadır. Seçimle iş başına gelen belediye başkanları da basın ve halkla ilişkilere büyük önem vermekte, halka ulaşmak için yerel basını kullanmaya çalışmaktadır. Yerel yönetimlerin haberleri, yapılan çalışmanın önemine bakılmaksızın hemen her gün ana haber bültenlerinde yer bulabilmektedir. Belediye ve valiliklerin basın müşavirlikleri haberleri seçip, basın kuruluşunu yönlendirme amacıyla hareket edebilmekte, buna karşın televizyonlar valilik ve belediyeler için muhabir görevlendirme yoluna da gitmemektedir.

4.1.10. Çevre ve Sağlık Haberleri

Tematik kanallar çevre ve sağlık haberlerine deneyimli muhabirler çalıştırarak önemli yer ayırmakta ancak ulusal televizyonlar sağlık haberlerine yalnızca hastalıkların tedavileriyle ilgili yeni gelişmeler ve formda kalmanın yollarını anlatarak yer vermektedir. Yerel kanallar ise hastaların sorunları, hastanelerdeki eksikler ve usulsüzlükler, tedavi hataları, gıda ve hijyen denetimleri ile yeni açılan sağlık kuruluşları gibi konulara bültenlerinde yer vermektedir. Hastaneler, sağlık ocakları, sağlık müdürlükleri, zabıta ve üniversitelerin araştırma birimleri haber kaynaklarını oluşturmaktadır. Yerel televizyonların uzman muhabir çalıştırma sorunu nedeniyle ajans haberleriyle yetinilmektedir.

Çevre haberleri de, ağaçlandırma çalışmaları, toprak ve hava kirliliği, çölleşme, ekolojik denge, yağışlar, belediyelerin çevre düzenlemeleri ve su kaynaklarıyla ilgili bilgileri kapsamaktadır.

4.1.11. Kamu haberleri

Yürütme erkinin uygulamaları insanları birebir ilgilendirdiği için dikkat çekmektedir. Bakanlık ve genel müdürlüklerin il ve ilçe müdürlükleri tüccar ve esnafın da işlerini yürüttüğü kuruluşlardır. Yerel habercilik bağlamında bakanlıkların il müdürlükleri (Bayındırlık ve İskân, tarım, sanayi ve ticaret, çalışma ve sosyal güvenlik müdürlükleri vb) ile genel müdürlüklerin temsilcilikleri, (Telekom, İşkur, Kızılay, tapu ve kadastro il ve bölge müdürlükleri vb) haber kaynakları arasındadır.

5. YEREL MEDYANIN HEDEF KİTLESİ VE HABER KAYNAKLARI

Yerel televizyonların haber kaynakları yaygın medya ile genel olarak örtüşmekte fakat hitap edilen kitlenin kapsamının dar oluşu, hem hedef kitle profilinde hem de haber kaynaklarında değişikliklerin gözlenmesine neden olmaktadır.

Yerel basın, yaygın basına göre dar kapsamlı bir hedef kitleye seslenmektedir. Dolayısıyla yerel basının hedef kitlesi, yaygın basına göre homojen bir yapı arz etmektedir (Bodur, 1997: 39). Yerel basın, yöre halkıyla doğrudan iç içe yaşadığı ve bulunduğu yerde meydana gelen olaylara çok yakın olduğu için ulaşabildiği ve yöresini ilgilendiren tüm konuları hedef kitlesine iletebilmektedir (Girgin, 2001: 162).

Kitlelerin toplumsal farklılıkları ile kitle iletişim araçlarının nitelikleri dikkate alındığında bir kitle iletişim aracı olan yerel medyanın başarısı da hedef kitlesi bir başka ifadeyle seslendiği kamuoyu üzerindeki etkinliğine bağlı bulunmaktadır. Yerel basının hedef kitlesi ise bulunduğu yörenin yerel halkı ile o yörenin içine çeşitli göçler sonucu yerleşen değişik kültürel yapıdaki insanlardan oluşmaktadır. Bu farklılıklar, yerel basının hedef kitle olarak seçtiği kitleyi iyi bir şekilde tanımasını zorunlu kılmaktadır (Bodur, 1997: 40).

Bu bağlamda, yerel basının hedef kitlesi olarak; bu kuruluşların etkinliklerine, araştırmalarına, haber, yorum ve sunduğu görüntüler ile verdiği diğer bilgilere karşı duyarlı olan grupları gösteren ve bu grupları gösteren ve bu grupların aynı zamanda

kamuoyunu oluşturduğunu belirten Vural (1999: 111), bu hedef kitleyi şu şekilde sıralamaktadır:

- Aboneler ve gazeteyi satın alanlar.
- Yörede yasayanlar.
- Valilik, Emniyet müdürlüğü ve belediye, nüfus-tapu-vergi gibi kamu kurumları.
- Haber, araştırma ve yorum üretiminde rolü ya da aracılığı olan gruplar. (Haber-istihbarat-bilgi kaynakları, eğitim, istatistik, ekonomi, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlik kurumları, gazete çalışanları gibi)
- Meslek örgütleri.
- Siyasi partiler, sendikalar, dernekler.
- Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları.
- Reklam verenler.”

Bu açıdan bakıldığında yerel televizyonların hedef kitlesi, haber kaynakları aynı olabilmekte ya da aralarında sürekli bir ilişki bulunmaktadır. Yerel medya, bir aktarıcı olarak kaynağı yani hedef kitlesinden hem etkilenmekte hem de izleyicisi olarak onu etkilemektedir. Bir kaynaktan çıkan bilgi, yerel medyanın tüm kaynaklarına aktarılmaktadır.

Medyanın haber kaynakları teknik olarak 4 başlıkta toplanmaktadır:

- Haber ajansları
- Birinci el haber kaynakları / Muhabirin kendisi / tanıklık
- İkinci el haber kaynakları / tanıktan dinleme
- Üçüncü el haber kaynakları / tanıktan dinleyeninin aktarımı / söylenti

Bu teknik tanımlamaları somutlaştıran Vural, kamu yönetimi, ekonomiye ilişkin bütün konular, güvenlik ve hukuksal konular, (polis, adliye, mahkemeler, davalar) eğitim ve öğretim kurumları, üniversiteler, halk ve çevre sağlığı, sosyal yardım kuruluşları, siyasal partilerin temsilcileri, sivil toplum örgütleri, (baro, dış

hekimleri odası, tabipler odası, mühendisler odası) yerel spor, kültür ve sanat olaylarının haber alanları ve kaynakları arasında yer aldığını belirtmektedir.

Vural, habercinin zaman zaman akla gelmeyecek bazı haber kaynaklarına da başvurmak zorunda kalabileceğini ifade ederek, bu kaynakları şöyle örneklendirmektedir:

- Uçak ya da gemi yolcu listeleri
- Ölüm-doğum kayıtları
- Tapu kadastro kayıtları
- İstatistik yıllıkları
- Hayır kurumlarının defterleri ve bağış listeleri
- İnşaat ruhsatları
- Silah ruhsatları
- Parlamento tutanakları
- Belediye meclis tutanakları
- Gelir vergisi beyannameleri
- Ticari sicil gazeteleri
- Evlilik kayıtları
- Maaş bordroları
- Gazete koleksiyonları
- Mesleki yayınlar
- Artırma-eksiltme ilanları, kimler katılıyor, hangi kaynaktan katılıyor
- Mahkeme zabıtları
- Polis kayıtları, sabıka kayıtları
- Seçim konuşmaları (Vural, 2000).

Haber metinleriyle ilgili çalışmalar medyanın birçok haber kaynağı arasında güvenilir olanları seçerek onlara bağımlı hale geldiklerini belirtmektedir.

Bürokratlar, siyasetçiler, sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri haberlerde mutlaka yer almaktadır. Çünkü haberciliğin önemli değerleri arasındaki tarafsızlık, doğruluk ve dengelilik öğelerine daima dikkat edilmesi gerekmektedir.

1990 yılında Philadelphia’da üç yerel televizyon kanalını kapsayan içerik çözümlemesinde, bütün haberlerin gruplandırıldığı beş ana kategori bulunmaktadır:

- Hükümet yönetimi: Yerel, eyalet ve ulusal yönetim ve hükümetlere ilişkin haberler.

- Olaylar: Mahkeme davaları, suçlar, kazalar, felaket ve afetler, yangınlar gibi haberler.

- Özel Kurumlar: İş, eğitim, dini kurumların haberleri.

- Özel Haberler: Tüketici araştırmaları, kutlama, düğün haberleri, ünlü kişilerin yaptığı ve söylediği, magazin haberleri.

- Dünya Haberleri: Diğer ülkelerde yaşanan önemli gelişmeler (Kaniss’ten akt. Bayram, 2002: 113).

Yerel haber kaynakları olarak kentlerdeki kurumlar ön plana çıkmaktadır. Bunlar arasında, valilik, belediye başkanlıkları, üniversiteler, il genel meclisi, belediye meclisleri, kamu kurumları müdürlükleri, emniyet, adliye, siyasi partilerin il örgütleri, sendika temsilcilikleri, oda, dernek ve birliklerin temsilcilikleri, sanat ve eğlence merkezleri, eğitim kurumları, sivil toplum örgütleri, dernek ve vakıflar, hastaneler, sebze ve balık halleri, ticaret ve ziraat borsaları, muhtarlıklar yer almaktadır (Gürcan ve Yüksel, 2001: 71).

En küçük yerel televizyon kanalları için bile haber ajansları haber sağlayan önemli kaynaklardır. Ancak yerel televizyonların verdiği haberlerin önemli bir kısmı yerel haberlerden oluştuğu için, haber kaynaklarına yakın olmaları bir ayrıcalık oluşturmaktadır.

Yerel medyanın haber kaynakları genellikle valilik, belediye, adliye, özel idare, siyasi parti il başkanlıkları gibi yerel resmi kurumlarla ve ticaret, sanayi, esnaf odaları gibi kuruluşlarla sınırlı kalmaktadır. Kuramsal çalışmalarda birincil kaynaklar olarak nitelenen haber hammaddesi üreten bu kuruluşların eylem ve söylemlerinin

haber yapılması bir sorundur. Haber kaynaklarının yerel ortamda ekonomik ve politik gücü elinde bulunduran çevrelerle sınırlı kalması, halk adına yönetenleri ve güç sahiplerinin denetleme işlevinin yerine getirilememesine yol açmaktadır. Bu haber kaynakları bilgiyi kendi güç ve iktidarlarını sürdürecektir şekilde biçimlendirerek sunmaktadırlar (Şeker, 2007: 79).

Yerel medyada yaşanan önemli sorunlardan biri de gazetecilerin/habercilerin kaynak kişi ve kurumlarla yaşadığı ilişki ve mesafe sorunudur. Kolaylı, dar bir bölgede çalışıldığı için yerel gazetecilik/televizyonculuk ortamında gazetecilerin politikacı, bürokrat ve iş adamlarıyla yakın ilişkiler kurduğunu, sonuçta gazetecilerle bu çevreler arasında mesafenin kaybolduğunu belirtmekte ve bu sorunun yerel medya için çok yüksek düzeyde söz konusu olduğunu vurgulamaktadır (Kolaylı, 1998).

Kaynakla ilişkilerde yaşanan bir başka sorun ise gazetecilerin resmi kurumlardan bilgi alamamalarıdır. 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu'nu gerekçe gösteren kamu görevlileri, gazetecilere ilgili oldukları konularda dahi bilgi vermekten kaçınmaktadırlar. Yerel gazetecilerin en fazla yakındıkları konuların başında gelen bu durum, haber kaynaklarıyla özel ilişkiler kurulması yoluyla çözülmeye çalışılmakta, bu da haberci-kaynak ilişkisindeki mesafeyi ortadan kaldırmaktadır (Şeker, 2007: 80).

Yerel televizyonların bültenlerinde polis - adliye haberleri önemli bir yer tutmaktadır. Bunun önde gelen nedenlerinden birinin şehirlerdeki emniyet yetkilileri ve müdürlerinin özellikle asayiş, organize suçlar ve terör konularında, basın, ilgi çekebilecek haberleri takip etmelerini sağlamasıdır. Zanlılardan görüntü alınması noktasında basının rahat çalışması özel olarak zanlıya olayın tatbikatı yaptırılmakta, soruşturmanın gizliliği prensibi zaman zaman ihlal edilerek iddialarla ilgili ayrıntılı bilgiler basına verilmekte ve haberin çekiciliği arttırılmaya çalışılmakta, böylece basın bir anlamda polise bağımlı hale getirilmektedir. Özellikle yerel ajans muhabirleri ile polis yetkililerinin ilişkilerde mesafeyi kaybedebildikleri değerlendirilmektedir. İşkence iddiaları, orantısız güç kullanımı, usulsüz gözaltılar haberlere konu olmamakta, tersi durumda basın kuruluşları bilgi alamama ve haber atlama ile karşı karşıya kalabilmektedir.

Öger de yurt dışı haberlerinde medyanın haber kaynaklarıyla ilişkilerinin düzensizliğine işaret etmekte ve özellikle savaş muhabirlerinin askeri birliklerin arasına girmek ve olayları oradan gibi aktarma zorunlulukları nedeniyle ordu yönetimlerinin isteğine göre bilgilendirildiklerini belirtmektedir. Bunun için bulunan yeni kavramın bu tür gazeteciliği “Embedded Journalism / İliştirilmiş gazetecilik” olarak tanımladığını anlatmaktadır (Öger, 2005: 96).

Bunun sonucu ise ister kötü olsunlar, isterse hiçbir cephede yer almamış olsunlar, insanların acıları ve ölümlerinden ziyade, savaşın kendisini yüksek teknolojik gelişmenin mükemmelleştirmesinin söz konusu olduğu teknik bakımdan temiz bir girişim olarak göstermesidir. Hatta insanlar için kullanılan “Yumuşak Hedefler” şeklindeki askeri terim bile habercilerin kelime dağarcığına yerleşti. Fakat özellikle hakkında haber yapılan hedefe kilitlenen aletler, kullanılan silah sayısının yüzde 10’undan da az olduğu gerçeğinden çok uzaktı (Öger 2005, 96).

Arsan kaynağın özellikleri ve haberde kaynağın belirtilmesi ile ilgili bazı kriterlere dikkat çekmektedir. “Gazetecilik mesleğinde alınan kıdem, kilit noktalarındaki haber kaynaklarını kolaylaştırır. Bir gazetecinin başarısı önemli zamanlarda doğru haber kaynağına ulaşarak gerekli bilgiyi alabilmesiyle ölçülür. İyi bir haber kaynağı;

- Konusuna hakim veya uzman olmalı.
- Muhabire bilgi içeren, dikkate değer açıklamalar yapmalı.
- Kolay ulaşılabilmeli.
- Doğru bilgi vermeli.
- Kendisine sorulan sorulara sıkılmadan, kasılmadan, yukarıdan bakmadan cevap vermeli.
- Zor bir konuda bile halkın anlayabileceği basitlikte konuşabilmelidir (Arsan, 2005: 140).

Haberde kaynak belirtmenin de yöntemleri bulunmaktadır:

- Kaynağın söyledikleri ismi kullanılarak yazılabilir.

- Kaynağın verdiği bilgiler kullanılır, adı belirtilmez ancak kim olduğunu ima edilebilir.
- Kaynağın verdiği bilgiler kullanılır, adı belirtilmez, kim olduğu dahi ima edilmez.
- Of The Record şeklinde tabir edilen kaynak belirtme yönteminde ise bilgi hiçbir şekilde habere dönüştürülmez (Arsan, 2005: 141).

5.1. Yurttaş Haberciliği

Amerika’da ortaya çıkan Yurttaş Gazeteciliği kaynakların çoğaltılması ve egemen güçlerin tekelinden kurtarılması dolayısıyla gazeteciliğin özüne yeniden dönüşü esas alan bir tanımlamadır.

1990’larda ABD’de tartışılmaya başlanan yurttaş gazeteciliği pratiğinin ortaya çıkmasında etki eden faktörlere bakıldığında, ABD siyasetinin içinde bulunduğu durum, medya sektöründeki yoğunlaşmanın ortaya çıkardığı ekonomik sorunlar ve teknolojik gelişmeler başı çekmektedir (Uzun, 2006: 635).

Medya ve özelde de gazeteciliğe/haberciliğe liberal demokrasilerin işleyişi için atfedilen hayati rol, bir süredir tartışılmakta. Medyada yaşanan tekelleşme, doğru düşünceye, düşüncelerin serbest pazarında ulaşılabilirliğini savunan liberal görüşü sorunlu hale getirdi. Çünkü düşünceler serbest bir pazarda dolaşma imkanını çoktan yitirdi, haber ve bilgi tekelleri oluştu (Akça, 2008).

Medyanın “egemenlerin propaganda aracı haline dönüşmesinin” en belirgin yaşandığı ülke de ABD’dir. Dezenformasyon, mizenformasyon, manipülasyon en çok ABD’de yapılmaktadır. Ancak “nerede iktidar varsa, orada bir muhalefet vardır” saptamasından yola çıkıldığında, medya alanında da muhalefet ya da alternatif de en çok ABD’de gelişmiş durumdadır. Yurttaş Gazeteciliği, ABD medyasının mevcut durumuna bir tepki olarak gelişmiştir (Duran, 2005: 94).

Gazetecilik mesleğindeki aşınmanın onarılması için yurttaş gazeteciliği okuyucu/izleyici ile medya arasındaki ilişkileri yeniden kurmaya çalıştı. Bu bağlamda gazetelerin okurlarına karşı sorumlulukları olduğu vurgulanmaya başlandı. Yapılan pek çok yoklamada, toplumdaki kurumlar arasındaki güvenilirlik

sıralamasında gazetelerin en alt sıralarda yer aldığı görülmüş, okur ile gazete arasındaki güveni yeniden kurma çabalarını gündeme getirdi. Bazı haber örgütleri, okurları/izleyicileriyle ekonomik bağlarını güçlendirme çabalarının bir parçası olarak, sorun çözmede ve hangi konuların haber değeri olduğuna karar vermede kamunun katılımını vurgulayan bir habercilik pratiği oluşturmaya çalıştılar (Seib ve Fitzpatrick'ten akt. Uzun, 2006: 640).

Bu konuda Türkiye'de de çok sayıda çalışma yapılmış ve özellikle bu habercilik yönteminin yerel medyada uygulanmasının daha kolay ve doğru olduğu tezi üzerinde durulmuştur.

Akça, 'Alternatif habercilik', 'hak haberciliği', 'barış gazeteciliği' gibi isimler altında habercilikte yeni arayışlara tanık olunduğunu aktarmaktadır.

Hak haberciliği kavramı öncelikle haber metinlerinin hak ihlalleriyle dolu olduğu düşüncesinden yola çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre Batman'da yaşanan kadın ölümlerini, dokuz genç kızın intihar karşıtı eylemine kadar gündeme taşımamak bir hak ihlalidir. Haber değeri kriterleri açısından Batman'da yaşananlar, ölü sayısı ciddi rakamlara ulaşana kadar haber değeri taşımamıştır. Yine siyasal iktidarın açıklamaları "belirtti", "bildirdi", "açıkladı" gibi kesinlik bildiren ifadelerle verilirken, sendikalar, işçi temsilcileri gibi sivil toplum örgütleri ve muhalif grupların açıklamaları iddia düzeyinde kalır. Bu sunuş biçimi, mevcut iktidarı meşrulaştırır, ona olan güveni tazeler. İktidar/güce sahip olmayanların düşünceleri, yapıp ettikleri ise en başından ikincil konuma itilir (Akça, 2008).

Duran da Türkiye'de yapılan habercilikle ilgili bir özelliğin altını çizmekte, haber konusu ne olursa olsun öncelikle, her şeyi doğru söylediği kabul edilen resmi makamların bilgi ve görüşlerine rağbet edildiğine dikkat çekmektedir. Ne tür haber olursa olsun, önce konuyla ilgilenen hangi resmi makam ise o aranmaktadır. Çünkü ilke olarak "resmi" kaynağın "doğruyu" aktardığı konusunda bir önyargı vardır (Duran, 2005: 95).

Şeker, yerel güç sahiplerine eleştirel yaklaşmayı engelleyen haber kaynaklarının her eylem ve söyleminin yalnızca habere dönüştürülerek aktarılması şeklinde gerçekleşen yerel gazetecilik anlayışının, okuyucunun yerel medyaya itibar

etmemesinin de en önemli nedenlerinden olduğunu ifade etmektedir (Şeker, 2007: 81).

Yine Cangöz de (2003: 106) yerel basının dikkat etmesi gereken en önemli noktalardan birinin; sadece ekonomik, politik veya toplumsal güç sahiplerini yansıtan yerel siyasal-ekonomik seçkinler merkezli bir habercilik anlayışı yerine, yöre halkına ve onların sorunlarına da yeterince temsil hakkı tanıyan objektif ve adil bir habercilik anlayışını istemesi gerektiğini belirtmektedir.

Yurttaş haberciliğinde üzerinde en fazla durulan konuların başında haber kaynağının arttırılması ya da kaynağın halk olması prensibi olarak göze çarpmaktadır.

Yurttaş Gazeteciliğinde, resmi makamlar değil, esas olarak yurttaşın bilgi ve görüşleri önemlidir. Bu durum yurttaşın mutlak olarak doğru bilgi ve doğru bakış açısını aktardığı anlamına gelmemekte ve zaten bu nedenle, herhangi bir olaya katılan tüm yurttaşların bilgi ve fikirlerinin alınması gerekmektedir. Dolayısıyla Yurttaş Gazeteciliğinde birinci ilke, mümkün olan en çok sayıda haber kaynağına ulaşmak ve haberi resmi bakış açısıyla değil yurttaşların, toplumun, kamunun bakış açısıyla aktarmaktır. Böylelikle haberin esas hedef kitlesi olan ya da bizzat haberin kaynağı olan yurttaşın söz konusu haberin kendi haberi olduğunu hissetmesi gerekir (Duran, 2005: 96-97).

Yurttaş ya da kamu haberciliği kavramının uygulama pratiklerine bakıldığında çıkış noktası olan ABD’de olduğu gibi Türkiye’de de yerel medyanın bu habercilik yöntemi için en uygun mecra olarak değerlendirilmektedir.

Cangöz, yerel medyanın halkın beklentilerine yönelik ve kamunun merkezde olduğu haberlere yönelebilmesi için yapabileceklerini şöyle sıralamaktadır: “Yerel medya haftada bir ya da iki gün kentin bir mahallesini gündeme taşıyarak, o mahallenin okul sayısı, kütüphane durumu, yeşil alan ve çocuk parklarının yeterli olup olmadığı, yollarının durumu gibi konuları, bizzat mahallelilerin ağzından sergileyebilir. Ayrıca beldelerindeki sorunların dile getirilebileceği, sorunlara otoritelerce getirilen çözümlerin ve uygulamalarının takip edilebileceği yurttaş forumlarının oluşturulmasına aracı olabilirler. Bu forumlar, sadece yerel siyasi

otoriteleri icraatlarında daha sorumlu kılmakla kalmayacak, çeşitli mesleklerden, sivil toplum örgütlerinden ama mutlaka mahalle kahvelerinden ve sesleri yerelde hemen hiç duyulmayan ev kadınlarından katılımcılar için de iyi bir yurttaşlık eğitimi olacaktır. Polis-adliye haberleri yerel medyanın da vazgeçemediği haberler arasındadır. Yerel medya mağdur insanların/kentlilerin hak arayışını resmi makamların dökümlerinden değil de, kendi ağızlarından haber yapmalıdır. Okuyucuyla daimi bir etkileşimi sağlayacak bir televizyon programı formatı içinde herhangi bir konuda mağduriyete uğramış olanların deneyimlerini paylaşmaları sağlanabilir. Onlara hukuki seçenekler sunulabilir (Cangöz, 2005: 117-119).

Türkiye'deki yerel medya yurttaş gazeteciliğini hayata geçirebilme anlamında, bir avantaja da sahiptir. Hedef kitleleri ABD'de olduğu gibi apolitikleşmiş yani siyasetten uzaklaşmış, kayıtsızlaşmış bir okuyucu/izleyici değildir. Tam tersine siyaset ve toplumsal sorunlara çok duyarlı bir kamuoyu vardır. Bu nedenle yapılacak olan demokrasi, sivil örgütlenme yeterince gelişmemiş olduğu için kendilerini ifade edecek yeterince kanala sahip olmayan insanlara daha fazla kulak vermek, mikrofon uzatmak, söz hakkı vermek olacaktır (Cangöz, 2005: 121).

Diğer yandan Yurttaş gazeteciliğinin eleştirilen yönleri de vardır. Bu projelerin çoğunluğunun suç, şiddet, uyuşturucu kullanımı, işsizlik, vergiler gibi daha özgül yerel konular hakkında olduğunu ifade eden Uzun, bu yönüyle, yurttaş haberciliğinin insanları kendi özel, yerel sorunlarıyla ilgilenmeye yöneltirken, daha kapsamlı siyasal değişimlere yoğunlaşmaktan alıkoyan bir yanı da olduğunu söylemektedir.

Yurttaş gazeteciliği medya sektörü açısından değerlendirildiğinde, basın-topluluk bağlarını güçlendirerek, haber medyasının ayrıcalıklı ve iktidara sahip güçlerle giderek bütünleştiği yönündeki kamuoyu algısını değiştirmeyi amaçlayan bir halkla ilişkiler stratejisi olarak ortaya çıkmaktadır. Yurttaş gazeteciliği, egemen medyaya karşı alternatifler geliştirmek yerine basının ekonomik sorunlarına çözüm bulmak için mevcut medya sistemi içindeki bir pazarlama stratejisi haline geldiğinde, aslında yurttaş kavramının içini boşaltmaktadır (Uzun, 2006: 653).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONYA'DA YEREL MEDYA VE TELEVİZYONLAR

1. KONYA ŞEHİR PROFİLİ

Konya, köklü geçmişi, tarihi, sosyal birikiminin zenginliği, Anadolu Selçuklu Devleti'ne uzun süre başkentlik yapmasından sonra da siyasi-sosyal merkez olarak varlığını sürdürmesi, çevrenin ekonomik, eğitim, kültür, ticaret merkezi olma özelliğini sürdürmesini sağlamıştır (Arabacı, 2008: 22).

Konya Osmanlı döneminde de önemli vilayetlerden biridir. Şehrin özellikle İpekyolu gibi ticaretin geçiş yolları üzerinde bulunması, Konya Ovası'nın Anadolu'daki tahıl üretiminde ciddi bir paya sahip olması, Cumhuriyet döneminde da Konya'nın Türkiye'nin en büyük şehirlerinden biri olduğu gerçekliğini değiştirmemiştir. Şehirde tarımın yanı sıra, tarıma dayalı sanayi, imalat sanayi ve turizm son yıllarda büyük ivme kazanmıştır. Bir milyona yakın merkez nüfusu, 2 milyonu bulan genel nüfusuyla Türkiye'nin 6. büyük ili konumunda olan Konya, gerek İç Anadolu kırsalı gerekse diğer bölgelerden gelen göçlerle her geçen gün büyümektedir.

Konya'da nüfusun yaklaşık 4'te 3'ü şehirlerde (ilçe merkezleri dahil) yaşamaktadır. Kentleşme oranı her geçen yıl artmaktadır. İl merkezi nüfusu 2008 yılındaki sayıma göre 980.973 kişidir (www.konya.gov.tr).

Konya çok farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış, M.Ö. 7000 yılına kadar giden bir tarihin izlerini taşımaktadır. Selçuklu devletine de başkentlik yapan şehir, Mevlana Celaleddin Rumi ve Nasrettin Hoca gibi dünya çapında tanınan şahsiyetlerle önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.

2. KONYA'DA YEREL BASININ TARİHİ VE GELİŞİMİ

Konya basınının Anadolu'da önemli bir yeri bulunmaktadır. 8 günlük yerel gazete, biri bölgesel 5 yerel televizyon, onlarca radyonun bulunduğu ve bir o kadar da derginin yayımlandığı şehirde özellikle yazılı basın, tarihte çok önemli görevleri yerine getirmiştir.

Konya’da basın tarihiyle ilgili önemli araştırmalar yapan Arabacı, 1870’de Vilayet gazetesıyla basın hayatının başladığını belirterek, 1908 yılına kadar 38 yıl aralıksız yayımlanan bu “resmi bülten”in ardından çok sayıda gazetenin ortaya çıktığını ve milli mücadele yıllarında bu gazetelerin büyük hizmetleri olduğunu vurgulamaktadır:

“Konya basınına asıl öne çıkaran dönem Milli Mücadele yıllarıdır. Birçok yerde gazete, dergi yayınlanmasına rağmen o dönemde Konya basını, ülke çapında etkilidir. Başta Babalık ve Öğüt olmak üzere yayınları ile vatan müdafaasının yanında hatta önünde saf tutarlar” (Arabacı, 2008: 22)

Cumhuriyet kurulduğunda Konya basınının 53 yıllık tecrübesi vardır. Babalık Gazetesi 1910 ile 1952 yılları arasında çıkmıştır (Arabacı, 2008: 29).

Öğüt Gazetesi’nin de Konya basın tarihinde önemli bir yeri vardır. Öğüt Gazetesi, Afyon’da kurulmuştur. Yunanlıların İzmir’i işgal etmesiyle Konya’ya taşınmıştır. Konya’da da İtalyanların girmesi üzerine Öğüt Gazetesi, Ankara’ya taşınmış ve 1921 yılının Temmuz ayından itibaren de Akşam adıyla yayına devam etmiştir. Öğüt Gazetesi 1923 yılında kapanmıştır.

Cumhuriyet kurulmadan önce Mustafa Kemal’in bizzat çıkış masraflarını karşıladığı Halk adında bir gazete, 1923’te Konya’da 43 sayı yayınlanmıştır.

1950’lere gelindiğinde Cumhuriyet döneminin en uzun soluklu gazetelerinden Babalık tek parti yönetimini desteklerken, haberlerinde CHP yanlısı olduğunu açıkça belirtmekten de kaçınmamaktadır. 1951’de günlük yayınlanmaya başlanan Ekekon ise, çok partili hayata geçişten sonra DP meylli bir yayın politikası takip eder. Aynı dönemde Halkevleri tarafından çıkarılan Konya Dergisi de 1950’lerde kapanmıştır. Yine aynı yıllarda, günümüze kadar gelecek, iki gazetenin temelleri atılır. 1949’da Yenimeram, 1950 yılında ise Yeni Konya Gazetesi yayın hayatına başlamıştır (Arabacı, 2008: 22).

1960’tan sonra ise günümüze kadar gelen gazetelerden Konya Postası 1977, Merhaba 1991, Anadolu Manşet 1995, Memleket ve Hakimiyet gazeteleri 2003, Konya Yenigün gazetesi de 2008 yılında kurulmuştur. Şu anda Konya’da 8 günlük gazete yayın hayatını sürdürmektedir.

3. KONYA'DA YEREL TELEVİZYONLAR

Konya'da yayın hayatını sürdüren 5 televizyon bulunmaktadır. Bu kanallardan biri bölgesel 4'ü ise yerel olarak yayın yapmaktadır. Konya, yerel yazılı basın açısından olduğu kadar yerel televizyonculuğun güçlü bir görüntü sergilediği Anadolu'daki önemli şehirlerdendir. Özel televizyonların yayına başlamasının ardından Türkiye'deki ilk yerel televizyon kanalı, 15 Nisan 1991 yılında Konya'da SUNTV adıyla kurulmuştur. Bu kanal aynı adla yayın hayatını bugün de sürdürmektedir.

1992 yılında yayına başlayan KONTV, karasal olarak İç Anadolu bölgesinde Konya, Karaman ve Aksaray üçgeninde yayın yaparak bölgesel kanal haline gelmiştir. 2004 yılında uydu yayınına başlayan KONTV, Konya'da uydudan yapan tek televizyon kanalı durumundadır.

ÜNTV, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi uygulama birimi olarak 1998 yılında yayın hayatına başlamıştır. Konya şehir merkezi ve bazı ilçelere yayını ulaşan Üniversite Televizyonu, iletişim fakültesi öğrencilerinin uygulama eğitimlerini yapmalarına imkan sağlarken, şehirdeki yerel televizyon kanallarına hem yayın içerikleriyle hem de yetişmiş personel açısından katkı sağlamaktadır.

KTV televizyonu 1995 yılında kurulmuş ve çok ortaklı şirket daha sonra aile şirketi olan Özkaymak şirketler grubu tarafından alınmıştır. Konyat İletişim A.Ş. tarafından yönetilen kanal, 24 saat yayın yapmaktadır.

Konya TV ise 1994 yılında kurulan Çağrı TV'nin frekansı ile yayın yapmaktadır. Bu isim daha sonra MRT, Kanal 42, Kanal 1, Yeni Konya TV ve 2007 yılından bu yana da Konya TV olarak yayın hayatını sürdürmektedir (Köseoğlu, 2008:176).

Konya'daki 5 yerel televizyon kanalı, 24 saat yayın yapmaktadır. Sahip olunan imkanlar açısından değerlendirildiğinde hepsinin yayın kalitesi ve yayın anlayışlarında önemli farklılıklar göze çarpmaktadır. Ancak habercilik konusunda yerel olanı yakalamaya çalışan bir anlayışa sahiptirler.

Konya'daki televizyon kanallarını, hem genel özellikleri hem de kendi yöneticilerinin anlatımlarıyla daha yakından tanıtmakta fayda olacaktır.

3.1. KONTV

KONTV 10 Haziran 1992’de ilk yayını vermeye başlamıştır. Akyokuş tepesindeki kulübeden yayın yapan ve kuruluş zamanı açısından şehrin ikinci televizyonu olan KONTV, 20 Nisan 1994 tarihinde kabul edilen Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yasası gereği, üst kurulun oluşmasının ardından 1995 yılında bölgesel kanal olarak tescil edilmiştir. Bölgesel kanal olarak ilk yayınlarını Konya, Karaman, Aksaray üçgeninde yürüten KONTV, bu illere ait il merkezleri ile bazı ilçe merkezlerine analog karasal linklerle ulaşmıştır. 1998 yılında dijital alt yapısını tamamlayan kanal, 2000 yılından itibaren Türk Telekom’un hizmete sunduğu kablolu yayın sistemine girmiştir. KONTV 3 Haziran 2004 tarihinde, Türksat uydusundan yayına başlamış ve böylece yurt dışına da ulaşmıştır. İnternet üzerinden de yayın yapan KONTV, 2008 yılından itibaren Konya; Ankara, Kayseri, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Aksaray, Karaman ve Kırıkkale illerinde UHF 26 bandından analog yayını da sürdürmektedir. (Köseoğlu, 2008:176).

Anadolu medya grup adlı şirket bünyesinde faaliyet gösteren KONTV’nin yanında bir günlük bir de haftalık iki gazete, bir radyo ve bir de reklam ajansı aynı çatı altındadır. Televizyonun 2010 yılı itibarıyla sahibi ve yönetim kurulu başkanı Ahmet Özer’dir. Genel müdürlüğünü Şükrü Hıdıroğlu, genel yayın yönetmenliğini ise Nurettin Bay üstlenmektedir.

KONTV’nin yayın politikası ve yayın çizgisindeki istikrarını koruyarak, süreklilik arz eden gelişim sürecini sürdürdüğünü belirten KONTV Haber Müdürü Ahmet Akbıyık’a göre; “Türkiye’nin dalgalı siyaset düzleminde doğruların adresi olarak “millet menfaati” odaklı yayın yapan KONTV, bu çizgisindeki haklılığını halktan kabul gören anlayışla perçinlemiştir. Nitekim KONTV, geçen yıl Radyo ve Televizyon Gazetecileri Derneği tarafından 2007 Medya Oscarları ödül töreninde “Yılın Yerel Televizyonu” seçilerek büyük bir başarıya imza atmıştır. Aynı dönem içerisinde kazanılan bir diğer ödül ise “Türkçeyi Doğru ve Güzel Kullanma” ödülü olmuştur. KONTV, bu noktada gösterdiği titizliğin semeresini Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün elinden bu ödülü alarak görmüştür.” Akbıyık’a göre dönemin en büyük ödülünü KONTV’ye halk vermiştir. KONTV, bugün AGB ölçümlerine göre Türkiye’nin en büyük 15 kanalından biridir.”

İki yıl içerisinde tamamlanması planlanan ANMEG Medya Merkezi, grubun en büyük yatırımlarından biridir. Akbıyık, yeni atılımların bu projenin tamamlanmasıyla birlikte hayata geçeceğini belirtmektedir. Akbıyık'a göre KONTV ailesinin televizyon yayıncılığı alanında önemli düşünceleri var ancak RTÜK radyo ve televizyon frekans planlaması henüz tamamlanmadığından bu düşünceler projelendirilememektedir. Akbıyık, hedeflerini şöyle anlatmaktadır: "KONTV, Türkiye'nin uyduda yayın yapan en güçlü bölgesel televizyonudur ve amaçlar çerçevesinde frekans planlamasının ardından farklı dillerde yayın yapan bir uluslararası kanal oluşturulmaya çalışılacaktır. Anadolu'nun haberlerini, Anadolu'nun kültürünü, Anadolu'nun dünyaya bakış biçimlerini dilleri farklı olan insanların da öğrenmesini isteyen KONTV, ANMEG Medya Merkezi'nin tamamlanmasıyla birlikte, mevcut naklen yayın araçlarına yenilerini ekleyerek, ulusal bir naklen yayın ağı kurmayı hedeflemektedir"

KONTV yayına başladığı ilk yıllarda teknik alt yapısını composite (birleşik video bilgisi) sistemiyle çalışan VHS, HI-8 ve BETACAM video kaynakları üzerine kurmuştur. Daha sonraki yıllarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte DVCAM video formatına geçilmiştir. Kurgu birimleri ilk yıllarda kullanılan analog VTR'li sistemden zamanla bilgisayarlı montaj sistemine geçmiş ve bilgisayar teknolojisinin yayıncılık sektöründe etkinleşmesiyle KONTV playout yayın otomasyon sistemiyle yayınlarına daha kaliteli ve daha hızlı olarak devam etmektedir. KONTV'nin merkezde 3 adet canlı yayın stüdyosunun yanında 2 adet prodüksiyon stüdyosu bulunmaktadır. Ayrıca KONTV'nin İstanbul, Ankara ve Kayseri'de de stüdyoları mevcuttur.

KONTV operasyon servisi gerek kurumsal yayınlarda gerekse yerel ve ulusal televizyonlar, haber ajansları, işletmeler, festivaller, telekonferans vb. yerlerde iki naklen yayın aracıyla hizmet vermektedir. 4 kameralı canlı yayın araçları 8 video in/out, 2 player, 2 recorder ünitelidir. Tam donanımlı bu araçlar 400 watt uplink sistemine sahiptir (Akbıyık, yüz yüze görüşme).

KONTV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 yurt haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 2 editör, 6 muhabir-kameraman, 2 montajcı, 4 spiker olmak üzere toplam

17 personel görev yapmaktadır. KONTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir.

3.2. ÜNTV

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde televizyona yönelik ilk çalışmalar 1994 yılında bazı teknik cihazların alınmasıyla başlamıştır. Ancak televizyonla ilgili alt yapının hazırlanması 1997 yılında yapılan ihaleyle gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü'ne öğrenci alınmış bir yandan televizyon alt yapısı hazırlanırken bir yandan da yayında ve yapımda görevlendirilecek öğrenciler yetiştirilmiştir.

Teknik alt yapının kurulmasının ardından 1998 yılı Mayıs (27 Nisan 1998) ayından itibaren test yayınına geçilmiştir. Bu süre içinde teknik cihazların ayarları yapılmış vericilerin sağlıklı çalışması için gerekli değişikliklere gidilmiştir. Aynı zamanda televizyonda görev alan öğrencilerin eğitimi de tamamlanmıştır. Üniversite televizyonu (ÜNTV) 29 Haziran 1998 tarihinde dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in de katıldığı bir törenle resmi olarak açılmıştır.

1998 yılında 16 saat olarak başlayan yayın akışı 1 Nisan 2006 itibaren kesintisiz 24 Saate çıkartılmıştır. Üniversite Televizyonu'nun yayın süresinin önemli bir kısmını haber ve haber programları ve kültür sanat programları oluşturmaktadır. 24 saat yayın yapan Üniversite Televizyonu saat 13:00 'den itibaren saat başı haber bülteni yayınlamakta 19:30'da Ana Haber Bülteni 23:30'da gece haberleriyle yayını sürdürmektedir. Gündüz kuşağı, sabah ve öğleden sonra canlı yayınlanan kuşak programlarından, çizgi film ve belgesellerden oluşmaktadır. Ana Haber sonrası kuşağında ise iç yapımlar ağırlıktadır. Haber programlarının yanında, müzik eğlence türü yapımlar, kültür sanat programları, tartışma, açık oturum ve güncel programlar akşam kuşağında yayınlanmaktadır. Gece sabah yayınlarının programların tekrarı yanı sıra müzik programları ve belgesel yapımlar yer almaktadır.

Üniversite Televizyonu'nun yayın, haber ve programcılıktaki temel amacı öğrencilere yönelik eğitimidir. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren Üniversite Televizyonu, yayın, yapım ve haber merkezinde görevli öğrencilere hem teorik hem de uygulamalı eğitim verilmektedir.

Selçuk Üniversitesi Televizyonu yayın ilkelerini, ulusal ve uluslararası alanda oluşmuş yasa, kural, teamül ve meslek kodlarından yola çıkarak belirlemiştir. Üniversite Televizyonu televizyon yayıncılığı konusunda belirlenmiş yasal zorunluluklara uyduğu gibi, zorunluluk gerektirmeyen ancak mesleğin saygınlığı ve televizyonculuğun güvenilirliği için gönüllü olarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Üniversite Televizyonu dijital sistem kullanmaktadır. 1 Kw gücünde bir vericiyle 100 kilometrekarelik bir alana, UHF 51 bandından yayın yapmaktadır. ÜNTV'nin yayınları Konya Merkez ve bazı ilçelerinin yanı sıra Aksaray ve Karaman'ın bir bölümünden de izlenmektedir (www.universitetelevizyonu.com)

Televizyonun sahibi 2009 yılı itibarıyla Selçuk Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Süleyman Okudan, Yönetim Kurulu Başkanı İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Haluk Hadi Sümer, Genel Yayın Koordinatörü ise İletişim Fakültesi Öğretim Elemanı Uzman Süleyman Sırrı Yılmaz'dır.

ÜNTV haber merkezinde 1 haber koordinatörü, 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 2 editör, 5 muhabir, 5 Kameraman, 3 montajcı, 4 spiker olmak üzere toplam 22 personel görev yapmaktadır. ÜNTV'de iletişim fakültesi öğrencileri staj yapmakta, 22 personelin 15'i öğrencilerden oluşmaktadır.

3.3. SUNTV

SUNTV 1990 yılında izleyicilerle buluşmuş ve Türkiye'de ilk yerel televizyon yayıncılığını başlatmıştır. UHF 23 bandından karasal yayının yanı sıra halen Konya, Karaman, Aksaray ve çevresinde kablolu yayın ağı ile izleyicilerine ulaşmaktadır. Televizyonun sahibi İş Adamı Esat Duysak, Genel Müdürü ise Yasin Duysak'tır.

Kurumun internet sitesinde, yayıncılık anlayışı ve genel özellikleriyle ilgili şu bilgilere yer verilmektedir.

“Günümüzde medyanın toplumun gelişim ve yönlendirilmesinde büyük bir öneme sahip olduğu artık yadsınamaz bir gerçektir. İşte bu gerçekten yola çıkarak sektör her geçen gün bu alanda faaliyet gösteren kanallar ve bu mesleğe katılan bireylerle zenginleşmektedir. SUNTV'nin genel yayın politikası hakim olması şart olan genel yayıncılık ilkeleri ile örtüşmektedir. Milli ve manevi değerlere saygılı, farklı görüşleri ekrana taşımayı görev edinen bir yayıncılık anlayışıdır. Yayıncılığın

eğiten, eğlendiren ve tarafsızlığı ilke edinen bir genel prensiple yapılması gereği üzerine kurulmuştur. Bu nedenle de hiçbir kurum, kuruluş ya da siyasi bir görüşün borazancılığını yapmaz. Ancak tarafsızlığın da bir taraf olduğu görüşünden yola çıkarsak SUNTV haksızlıklara karşı toplum yanında bir taraftır. Yerel kanalların ulusal kanallar karşısında bir tercih sebebi olması için yerel kimliğine de sahip çıkması gerekir. SUNTV bu gerçekten yola çıkar ve Konya'nın sorun ve beklentilerini, örf ve adetlerini, kültürel mirasını saygı ve özenle ekrana taşır” (www.suntv.com.tr)

SUNTV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 3 muhabir-kameraman, 2 montajcı ve 2 spiker olmak üzere toplam 9 personel görev yapmaktadır. SUNTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir.

3.4. KTV

Kısa adı K-TV olan KONYAT İLETİŞİM A.Ş. yayın hayatına 1995 yılında 20 ortaklı olarak Konya’da başlamıştır. KTV, Konya’da merkeze yakın çevreye 1,5 KW’lık vericiyle 100 kilometrelik yayın ağıyla DVCPRO yayın formatıyla karasal vericiler kullanarak yayın yapmaktadır. Yayın saat 08.00’de başlayıp 01.00’de tamamlanarak seri ilanlara geçilmektedir. Kanalın genel müdürlüğünü Metin Temiz yürütmektedir. (Köseoğlu, 2008:177).

Kurum yöneticileri, yayın anlayışlarını şu şekilde aktarmaktadırlar:

“K-TV Kurulduğu günden bugüne, doğru, dürüst, tarafsız ve ilkeli yayıncılık anlayışıyla yayınlarına devam etmiş, hiçbir siyasi güdümün çatısı altına girmemiş, Atatürk ilke ve inkılapları çerçevesinde, vatanın bölünmezliği, bayrağın kutsallığını her zaman önde tutmaya çalışmıştır. Kamu görevi yapan ve bunun sorumluluğunun bilinci içerisinde yayınlarını sürdüren televizyonumuz, Konya, ilçe ve köylerinde yaşayanları ekranlara taşıyarak kamuoyunu bilgilendirmiştir. K-TV olarak öncelikle Kablolu TV’de yer almak hedefimiz, daha sonrada UYDU” (www.ktv.com.tr)

KTV haber merkezinde 1 haber müdürü, istihbarat sorumlusu, 1 editör, 4 muhabir-kameraman, 1 montajcı ve 2 spiker olmak üzere 9 personel görev

yapmaktadır. KTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir.

3.5. KONYA TV

Konya’da yayın hayatına 1994 yılında başlayan Çağrı TV, sürekli sahip değiştirerek MRT, Kanal 42, Kanal 1, Yeni Konya TV ve 22 Şubat 2007 tarihinden bu yana da Konya TV olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Konya TV’nin yönetim kurulu başkanlığını Mustafa Arslan, yayın kurulu başkanlığını ise Behçet Büyükgökmen yapmaktadır. Konevi Radyo Televizyonculuk A.Ş. bünyesinde faaliyet gösteren kanal 1 KW gücünde vericiyle karasal olarak UHF 21 bandından Konya ili sınırlarına yayın ulaştırmaktadır (Köseoğlu, 2008:177).

Televizyonun Kurucu Yönetim Kurulu Başkanı Merkez İlçe (Karatay) eski Belediye Başkanlarından Mehmet Şen’dir. 14 Mart 2008’de yönetim kurulu başkanlığına Merhaba Gazetesi İmtiyaz Sahibi ve Genel Yayın Yönetmeni Mustafa Arslan seçilmiştir. Aynı ay içerisinde Ahmet Turan genel yayın yönetmenliği görevini üstlenmiştir. Haber, Reklam, Program ve Yayın dairesinde toplam 35 kişi çalışmaktadır. (www.konyatv.com.tr)

KONYA TV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 6 muhabir-kameraman, 2 Montajcı ve 3 spiker olmak üzere 13 personel görev yapmaktadır. KONYA TV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir. Kanalda editör görev yapmamakta, istihbarat şefi bu görevi üstlenmektedir.

4. YEREL TELEVİZYONLARIN SORUNLARI

Türkiye’de yerel televizyonlar kuruluşlarından itibaren belirli bir alt yapı olmadan yayıncılık yapmaya başlamışlardır. Özel televizyonların kuruluşunda da frekans tahsisi başta olmak üzere kanuni sorunların yanı sıra kurumsallaşma, nitelikli personel gibi bir çok konuda da sorunlar yaşanmıştır. Ulusal yayın yapan televizyonlar TRT’nin nitelikli personelinin transferi yöntemiyle mesafe kat etmiş, özel televizyonculuğun ilk yıllarındaki yüksek reklam gelirleri sayesinde de kurumsallaşma sorununu büyük ölçüde çözmüşlerdir. Kanuni boşluklar, denetimler,

frekans planlaması ise halen tartışılmaktadır. Ancak yerel televizyonların büyük bölümü 1990'ların başından bu yana bu sorunları aşamamışlardır.

Türkiye'de özel radyo ve televizyonların, Anayasa ve yasaların izin vermemesine rağmen 1990 yılı Mayıs ayından itibaren fiili olarak yayına başlamaları ve giderek yurt sathına yayılmaları sonucu, frekans spektrumunda büyük bir karmaşa oluşmuştur. Daha sonra özel radyo ve televizyon kuruluşlarına yayın yapma imkanı sağlayan Anayasa değişikliğinin 1993 yılı Temmuz ayında gerçekleştirilmesinin ardından, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının sayısı bir anda büyük bir patlama yapmış, yayın içeriği açısından hiçbir denetime tabi olmayan söz konusu radyo ve televizyon kuruluşları, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili düzenlemeyi yapacak olan kanunun çıkmasını beklemeksizin, hiçbir kurala bağlı olmadan yayınlarını sürdürmüşlerdir (Gener, 2001).

Liberal anlayışın getirdiği özelleştirme ve kar etme düşüncesi yerel televizyonların sayı olarak çoğalmasına neden olmuştur. Sayı olarak yerel televizyonlar hakkında bilgi sahibi olunabilirken, bunların nitelikleri konusunda yeterli bilgi bulmak oldukça güç gözükmemektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na lisans başvurusu yapmış olan yerel televizyonlardan 229 tanesi frekans tahsisine kabul edilmiştir (www.rtuk.org.tr). Ankara, İstanbul, Adana, Muğla gibi büyük kentlerde sekizden fazla yerel televizyon istasyonu bulunurken, Hakkari, Kilis, Bitlis gibi bazı kentlerde de yerel televizyon bulunmamaktadır (Tokgöz, 2001: 26-27).

Türkiye'de genel yayıncılık uygulamalarına bakıldığında ortaya çıkan tabloda yerel televizyonların içinde bulundukları olumsuz şartları aşması kaliteli, eğitimli personel gerektirdiği kadar, maddi olanaklar ve zaman da gerektirmektedir. Ancak nüfusu ve pazar yapısının olanakları belli bir ülkede 20'ye yakın ulusal kanalın olması çok seslilikten öte bir takım çıkar ilişkilerini düşündürmektedir. Ancak yerel televizyon kanallarının sayısı ve üstlendikleri rol, gerçekleştirdikleri işlev demokrasinin iyi işlemesi açısından önem taşımaktadır.

Vural, (2000) yerel medyanın kanıksanmış birçok sorunu olduğunu belirtirken, bu kuruluşların mensuplarının sorunların çözümünü hep devletten beklediklerini

vurgulamaktadır. Burada daha çok yerel gazeteler bu çıkarımla ilişkilendirilebilir. Çünkü basın ilan kurumları ya da yerel yönetimler aracılığıyla resmi ilanlardan, yerel basın, önemli gelirler elde etmektedir. Yerel televizyonlar ise gazetelerin aksine devletten destek almaksızın, RTÜK'e düzenli ödemeler yapmaktadır.

1990'lı yıllardan itibaren düzenlenen eğitim semineri, panel, kurultay gibi etkinliklerin kitapçıklarında yer alan bilgiler de yerel basının öne çıkan sorunlarına işaret etmektedir. Bu kaynaklarda yerel gazetecilerin, yoğun olarak ekonomik sıkıntılara, tirajın düşüklüğüne, yetişmiş eleman bulunmamasına, resmi ilan desteğinin yetersizliğine, teknik alt yapının eksikliğine, haber kaynaklarının tutumlarına, girdi maliyetlerine ve bazı yasal düzenlemelerden doğan sorunlara dikkat çektikleri görülmektedir (Şeker, 2007: 70).

Yerel televizyonların sorunları da özellikle, ekonomik sorunlar, izlenme, yetişmiş personel gibi konularda yerel basının sorunlarıyla örtüşmektedir.

Gürelî de, yerel medyanın sorunlarının temelinde siyasi iktidarların olduğunu belirtmektedir. Bazı siyasetçilerin kendi siyasal geleceklerini önde tutarak, başarısızlıkları dile getirildiği zaman basına düşman kesildiklerini savunan Gürelî, Anadolu basını sıkıntı içindeyken, siyasilerin resmi ilanda adaleti sağlayamadığını, kredileri büyük medya kuruluşlarına verdiğini, halka gerçekleri duyurmak için hapse giren habercilerin sendikal hakkının yok edildiğini ifade etmektedir (Gürelî, 1998).

Mevcut iktidar yapısıyla olan ilişkileri ve hakim ideolojinin taşıyıcısı konumundaki egemen medyanın etik değerlerinin oluşması iki yüzyıllık bir tarihsel sürecin sonucudur. Türkiye'de yerel medyanın henüz örgütlenmeye dönük girişimleri düşünüldüğünde; yerel medyanın egemen medyaya karşı alternatif bir söylem geliştirme beklentisi bugünden yarına gerçekleşecek bir durum değildir. Çünkü bu, yapısal bir dönüşümü gerekli kılmaktadır (Güven, 2007: 333).

Vural, haberin yayınlanması sürecinde habercinin ya da medya kuruluşunun karşılaştığı engellere dikkat çekmektedir. Medyanın genel sorunlarının yanı sıra hem ulusal hem de yerel medyanın habercilikte yaşadığı önemli sorunlardan biri de kaynak ya da üçüncü kişilerin engellemeleridir. Vural, bu engelleri 7 madde halinde aktarmaktadır:

“Birincisi devletin ulusal çıkarları politikasıdır. Bu daha çok ulusal medyada karşılaşılan bir problem olarak görülmektedir. “Bu haber, devletin ulusal çıkarlarına sığmayabilir” denilebilmektedir. İkincisi, yasal engellerdir. Üçüncüsü, gazete, radyo ya da televizyon sahiplerinin siyasi, iktisadi ilişkileri, ciddi bir şekilde haberi engelleyen, haberi göz ardı eden, haberi vermemenize neden olan unsurlardan, filtrelerden bir tanesidir. Dördüncüsü, reklam verenlerin baskıları, "Bizim haberlerimizi yayınlamayın" gibi isteklerle karşılaşılabilmektedir. Beşincisi gazete, televizyon ya da radyo sahiplerinin ya da yöneticilerinin siyasi tercihleridir. Altıncısı, izleyicilerin beklentileridir. İzleyiciler de haberleri yönlendirebilmektedir. Yedincisi, haber üreten kişilerin eğitim düzeyidir. Haber üreten kişilerin kişisel olarak sahip oldukları ahlak, beceri, yetenek, birikim, eğitim, haberin en önemli filtresini oluşturmaktadır (Vural, 2000).

Bu bağlamda yerel medyanın aşmaya çalıştığı sorunlar 5 ana başlık altında incelenebilir. Yerel medyanın sorunlarının başında ekonomik sorunlar ve gelir kaynakları gelmektedir. Önemli bir bölümü ilk soruna bağlı olarak ortaya çıkan; profesyonel kadro ve eğitim sorunu, teknolojik donanım ve alt yapı, yönetim ve örgüt yapısı ve son olarak hukuki sorunlar bulunmaktadır.

4.1. Ekonomik Sorunlar ve Gelir Kaynakları

Yerel televizyonların sorunlarının başında ekonomik sorunların geldiği görülmektedir. Bu sorunları ortaya çıkaran birçok neden bulunmaktadır. Kuruldukları yıllarda yayıncılığa hazırlıksız yakalanan yerel kanallar, nitelikli eleman ve teknik donanım ile kaliteyi arttırabilecekleri bir gelir düzeyini, bazı istisna şehirler dışında yakalayamamışlardır. Anadolu'daki birçok şehirde ekonomiler dışa açılmış, ulusal çapta firmalar çıkmış, yerel olarak bölgede güçlü olan işletmeler günden güne güçlenmiş ancak yerel televizyonlar bu gelişmeyle orantılı atılım yapamamıştır. Ekonomik sorunlar iki taraflı değerlendirilebilir. Öncelikli olarak yerel televizyonların reklam gelirleri yaptıkları yayıncılığın kalitesini arttırmaya yetmemektedir.

Bay, yaygın medyanın bulunduğu merkezlerin dışındaki illerin genel anlamda ekonomik olarak güçlü olmamalarının, bu illerdeki yayın kuruluşlarını da olumsuz

etkilediğini belirtmektedir. Küçük işletmelerin bulunduğu illerde reklam bilinci gelişmemiştir. Yerel medya bu nedenle reklam bulmakta büyük güçlükler yaşamaktadır. Bulunan reklamlar da düşük fiyatlarla alınmaktadır (Bay, 2007: 118).

Dünyada özellikle 1980'li yıllarda, birçok firma, hem dar anlamıyla medya sektöründe hem de eğlence kültür alanlarında büyük gruplara dönüştüler. Bir başka deyişle televizyon yayıncılığında kamu hizmeti modeli önemini yitirip yerini ticari modele bırakırken, medya büyük grupların eline geçti. Yani kamu tekeli yerini özel tekellere bıraktı ki bu durum yerel medyanın tek rakibinin kamu yayıncılığı olmadığını göstermektedir (Kaypakoğlu, 2002: 125).

Türkiye'de gazetelere destek verilmekte, basın ilan kurumu ya da mülki amirlikler, valilik ve kaymakamlıklar resmi ilan gelirlerini bazı kriterler doğrultusunda yerel gazetelere aktarmaktadırlar. Ancak televizyonlar bu konunun dışında tutulmakta bu da televizyonların kamu yararına yayın yapan kurumlar olarak görülmediği anlamını taşıyabilmektedir.

Oysa yayıncılık bir kamu hizmeti olarak anlaşıldığında çok seslilik ve demokrasi söylemleri yerini bulacaktır. Bu anlamda kamu hizmeti yayıncılığı kamusal kaynakların farklı toplulukların ihtiyaçlarına yanıt verecek bir yapısal düzenleme içinde kullanılmasını gerektirir. Nitekim topluluk yayınlarının mevcut olduğu ülkelerde gerek radyo ve gerekse televizyon yayınlarının beslendiği kaynak, kamusal fonlar ve yerel yönetimlerin destekleridir. Pek çok ülkede ise ticari yayın kurumlarının reklam gelirlerinin belirli oranlarının toplanmasıyla oluşturulan yayıncılık fonu, yerel topluluk yayınlarının teşvik edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Norveç, Fransa ve Hollanda'da bu konuda örnek olabilecek uygulamalar bulunmaktadır (Timisi, 1997: 28-29).

Devlet dışındaki yayıncılığın bir ticari girişim faaliyeti olarak algılanması, Türkiye'de yerel yayıncılığı ticari olmaya zorlamaktadır. Bu tür yayın kuruluşları dinleyici/izleyici merkezli bir yayın yürütmekle birlikte ayakta kalma ve yayın anlayışından ödün vermeme gerilimi nedeniyle çoğu zaman zor bir durum içine itilmektedir. Yayınların sürekliliğini sağlayacak bir kamusal fonun ve desteğin olmaması bu kuruluşların önündeki en büyük tehlikeyi oluşturmaktadır.

Yerel medya kuruluşlarının bugüne kadar devletten yardım almaları yönünde yapmış olduğu bütün girişimler sonuçsuz kalmıştır. Günümüz Türkiye'si'ne bakıldığında ekonomik olarak devletin bir şeyler yapma ihtimali zayıftır. Ancak bazı taleplerin karşılanması da mümkündür. Televizyonlar en azından kendilerinin Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) statüsünde gösterilmesini istemektedirler. Bu yolla KOBİ'lere tanınan bazı haklardan istifade etmeleri mümkün görünmektedir (Bay, 2007: 118).

Radyo ve televizyon üst kurulunun yayın kuruluşlarının gelirleri üzerinden aldığı yüzde 5 katkı payı da televizyonları zorlamaktadır. Bunun yanı sıra RTÜK'ün uyguladığı cezalar da yerel televizyonları zor durumda bırakmaktadır. Sermaye medyasının bir konuda tazminat ödeme zorunda kaldığı 10 milyar, bir reklam geliri olabilmekte ancak yerel basın için bu cezalar kuruluşu çok zor durumda bırakmakta bunun sonucunda da çalışanların işine son verilebilmektedir (Solak 2005, 140).

Mali yetersizlikler nedeniyle yerel televizyon çalışanları düşük ücretlerle çalışmaktadır. Yerel televizyon kanalları, yoğun mesaiye sahip olmalarına, bu yoğunluğa denk gelecek maddi olanaklardan henüz yoksundur. Üstelik yerel televizyonların gelirleri kısıtlı olduğu için de çalışanlar çoğunlukla maaşlarını zamanında alamamaktadır.

Mali sorunlar, yayınlara ve yayın kalitelerine de yansımaktadır. Yerel televizyon kanalları maddi açıdan en düşük maliyetli olan canlı yayınlara yönelmekte sonuç olarak yerel televizyon ekranları konuklu-sohbet programlarından geçilmemektedir (Varlı, 2003: 32). Bazı yerel kanallar sadece teknik hizmette görev yapan muhabir, kameraman ve montajcı gibi çalışanlara ücret ödemekte, program yapımcılarına herhangi bir ücret ödeyememektedir.

Varlı, Kocaeli'deki yerel televizyonlar üzerinde yaptığı çalışmada, ekonomik sorunların, teknik olarak yerel televizyonları kendi imkanlarını kullanmaya ittiğini bir örnekle ortaya koymaktadır: "Spikerlerin ve sunucuların yayında kullanılan metinleri kağıtlara bakmadan okumalarına yarayan ve 'prompter' adı verilen techizata sahip değiller, onun yerine TV41, haber yayınlarında metinleri kağıda yazıp kameranın altına tutturma yoluna gitmiş, Kocaeli TV'nin ise bir bilgisayar

monitörünü ters çevirip altına ayna koymak suretiyle kendi olanaklarıyla bir promter yaptıkları yönünde bilgi aldık” (Varlı 2003: 33).

Ekonomik sorunların aşılammamasının ikinci nedeni ise yerel televizyonların sahiplik ve yöneticilik anlayışından kaynaklanmaktadır. Yeterince reklam verilmemesini eleştiren yayıncılar, buna karşın bazı dönemlerde (seçim dönemleri ve yerel ekonomilerin güçlendiği, işletmelerin reklam bilincinin arttığı son yıllardaki ticari gelişme dönemleri) elde edilen gelirler de kalifiye yöneticilik anlayışındaki sorunlar nedeniyle olmadığı için doğru kullanılamamıştır. Bunun sonucunda yerel kanallar, bir türlü atılım yapamayan, durağan işletmeler görüntüsünde kalmaktadır.

Yalnızca bir bölge ya da şehir halkını ilgilendiren ürün ya da hizmetlerin yerel televizyonlarda reklamının yapılması ulusal televizyonların reklam tarifelerine göre daha ekonomik olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan hedef kitleye ulaşmak daha kolay olabilir. Ancak Türkiye’de birçok yerel televizyon yerel firmaların reklam vermesi için yeterince cazip görülmemektedir. Anadolu’nun birçok kentinde televizyonlar reklam gelirleriyle ayakta durmakta güçlük çekmektedir. Televizyonların izlenme oranlarının arttırılması için yerel haber ya da programlarının geliştirilmesine yönelik yaptıkları yatırımın yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda birçok yerel kanal, yerel gazeteler gibi, kurum sahibinin asıl işi ile bağlantılı olarak ayakta kalabilmektedir. Televizyonların gelir kaynakları arasında reklamların yanı sıra siyasiler ve yerel yönetimlerin tanıtımları önemli yer tutmaktadır. Gazeteler de siyasi ilişkilere ek olarak yerel yönetimler ve kamu kurumlarından elde ettiği matbaa gelirlerini yayın organının ayakta kalabilmesi için kullanmaktadır.

Uluslar arası ölçekte ticari faaliyetlerini yürüten büyük şirketlerin ürünlerini sattıkları her ülke için özel reklam filmleri hazırlattığı bilinmektedir. Ayrıca o ülkenin yöresel özelliklerini de simgesel olarak kullanan bu firmalar reklamlarda yerel mecraları kullanırken televizyon ya da gazeteleri tercih etmemektedirler. Bunun yanında ulusal bir çok firma ise son dönemde uydu yayıncılığıyla birlikte bölgesel ve yerel yayın yapan televizyonlara reklam vermektedir. Yerel televizyonların tercih edilmesinin önemli bir nedeni izlenirliklerinin son dönemde arttığı düşüncesi ve reklamların daha düşük fiyatlara yayınlanmasıdır. Ulusal bir

televizyon kanalında yayınlatılan reklamın bir aylık bütçesi ile çok sayıda yerel ve bölgesel televizyon kanalına reklam verilebilmektedir. Yine yerel kuruluşlar da ürünlerini tanıtırken televizyonlara başvurmakta, ancak bu ilişki halen istenilen profesyonellikte gerçekleşmemektedir. Televizyonlar reklam gelirleriyle ayakta durmakta zorlanırken, firmalar da verdikleri reklamlardan bekledikleri geri dönüşlerini alamadıklarını ifade etmektedirler.

Maddi sorunların aşılmasının bir yolu da yerel yönetimlerin güçlenmesidir. Merkezi yönetim ulusalı güçlendirmektedir. Yerel ekonomik olarak açılmamaktadır. Etki gücü düşmekte ve reklam verenin ilgisini çekmemektedir.

Yerel basının önemi bağlamında, yerele yönelik hareketinin bir başka boyutunda, Türkiye’de merkezi ekonomik, siyasi, kültürel, sanatsal ve iletişimsel anlayış terk edilerek, merkezde toplanmıştır. Yetkilerin ülkenin ve çağın koşullarına uygun bir şekilde, yerel yönetimlere aktarılması gerektiği düşüncesi ağırlık kazanmaktadır. Çünkü Türkiye’de meydana gelen aksaklıklar ve bunların sonucundaki tikanıklıkların temelinde, yerel anlamda büyüyen sorunlara, merkezi yönetimin somut ve daimi çözümler üretememesi ve bu sorunlar ile uğraşırken hem ekonomik açıdan olumsuz etkilenmesi hem de zaman kaybına uğraması yatmaktadır. Sorunları, kalıcı çözümler üreterek ortadan kaldırmak ve bu şekilde gelişmeyi hızlandırmak için yerel yönetimlerin artık çağa ve ülkenin gereksinimlerine göre nitelikli kadrolarla, akılcı ve işlevsel organizasyonlarla, ekonomik açıdan güçlendirilmiş bir yapıya kavuşturulmaları gerekmektedir (Girgin, 2001: 162-163).

4.2. Profesyonel Kadro ve Eğitim Sorunu

Yerel televizyon kanallarının baş etmekte zorlandığı önemli bir sorun da profesyonel eleman istihdamı ve çalışanların eğitilmesidir. Ekonomik sorunlar büyük ölçüde profesyonel, alanında eğitim almış ve deneyimli çalışan istihdam edilmesini zorlaştırmaktadır. Özlük haklarının iyileştirilememesi, ücretlerin düşük ve sosyal imkanların kısıtlı olması, sosyal güvenceden yoksun çalışma şartları profesyonel bir kadro oluşturulmasını neredeyse imkansız kılmaktadır. Bu nedenle yerel televizyonların kadrolarında, çalıştırılması elzem olan kameramanlar, yayın ekibi ve muhabirlere yer verebilmektedir. Sunucular, program yapımcıları, tıpkı yerel

gazetelerde olduğu gibi sivil toplum önderleri, öğretmenler, esnaf gibi halk kesimlerinden olabilmektedir. Bir anlamda yerel televizyonların gönüllölük esasıyla çalışan bir kadroları da bulunmaktadır.

Ekonomik sorunlar yerel kanalların yetiştirdiği personeline sahip çıkamamasına da neden olmaktadır.

Kendisini yetiştiren personelin kuruma faydalı olacak düzeye geldiği dönemde, yaygın radyo ve televizyon kuruluşlarına geçtikleri gözlemlenmektedir. Ekonomik olarak istediğini çalıştığı kurumda bulamayan personel daha iyi şartlarda yaşamak, alanıyla ilgili yeni şeyler öğrenmek ve mesleğinde yükselmek için ilk fırsatta daha büyük bir kuruluşa geçmektedir. Bu da bölgesel ve yerel yayıncılarda kısır bir döngünün yaşanmasına neden olmaktadır. Çalışanlardan bir kısmının sosyal güvenlikleri de bulunmamaktadır. Yetenekli ve ilerisi için umut vaat eden genç iletişimcileri bu sıkıntılar nedeniyle uzun süre, sektörde istihdam etmek mümkün olamamaktadır (Bay, 2007: 98).

Yerel televizyonlar ile ilgili yapılan araştırmalarda kurumlardaki çalışanlar arasında iletişim fakóltesi mezunlarının sayısının çok az olduğu görölmüştür. Varlı, Türkiye’de sanayi ve ekonominin en hızlı geliştiği illerden biri olan Kocaeli’deki yerel televizyon çalışanlarının çok büyük bir oranda lise mezunu olduğunu ifade etmektedir (%53,6). Çalışanların yüzde 21’inin üniversite mezunu, yüzde 10’unun iletişim fakóltesi, yüzde 14’ünün ise meslek yüksek okulu mezunu olduğu belirtilmektedir (Varlı, 2003: 34).

Yine Şeker’in basın ilan kurumu şubelerinin bulunduğu illerdeki yerel gazeteler üzerinde yaptığı çalışmanın sonuçları da yerel medyada profesyonel ve eğitimli kadro sorununun boyutlarıyla ilgili önemli tespitler içermektedir (Şeker, 2007).

Yetenekli personelin kendisini bulunduğu yerel kanalda yetiştirip ulusal kanallara geçmesinin yanı sıra mesleğe giren birçok genç de (iletişim fakóltesi öğrencisi ya da alaylı şeklinde tanımlanan farklı dalda eğitim alanlar) televizyonculuğu ve yayıncılığı doğru öğrenebileceği imkanlar ve tecrübeli yayıncılarla çalışamamaktadır.

Türkiye’deki özel radyo ve televizyon yayıncılığının altyapıdan yoksun bir şekilde başlamasının bu sorunun oluşmasındaki payı büyüktür. Özellikle yerel televizyonlar, hazırlıksız bir çıkış yaptılar. Bunun içindir ki yayıncılığı deneme yanılma yöntemiyle, işe başladıktan sonra öğrendiler. Gerek kamera arkası gerekse kamera önü çalışanlarının tamamına yakını meslekleriyle ilgili hiçbir eğitim almadan, işe koyuldular. Ekonomik sıkıntılar nedeniyle mesleği bilen kişileri çalıştırmak da mümkün olmadı. Öte yandan iletişim fakültesi mezunlarından da yararlanılmadı. Bir bakıma iletişim fakültesi bulunan iller diğer illere göre daha şanslı oldular. Bütün bunlara rağmen halen bölgesel ve yerel televizyon çalışanlarının büyük bölümü lise mezunlarından oluşmaktadır (Bay, 2007: 99).

Vural, yerel medyada eğitim sorununun kalitede düşüşü de beraberinde getirdiğini, yerelin özgünlüğünü ve özellikle habercilikteki doğruları kaybettiğini ifade etmektedir: “Yerel medya çoğunlukla ulusal medyaya benzemeye çalışıyor, ona özeniyor. Örneğin gazeteci, gazete, televizyon ya da radyo yönetiminin seçtiği konuları işliyor; asla kendisi haber yaratmıyor, asla kendisi haberle uğraşmıyor. Yazı işleri müdürü ya da sorumlu haber müdürü ne söylüyorsa onu işliyor. Yalnız o haberlerin üzerine gidiyor; onların görüntüsünü çekiyor, yalnız o görüntülerle haberini vurguluyor. Olayların nedenlerini asla araştırmıyor. Hiç bilgi vermeden sadece görüntü verebilirsiniz ve bunun da adı haber olabilir ama bu haber değildir. Bir süre sonra izleyici de olaya yüzeysel olarak bakmaya başlıyor. Yani izleyici kalitesini kaybediyorsunuz.” (Vural, 2000).

Şahin de televizyonculukta çok önemli bir yeri olan kamera kullanımıyla ilgili eğitim eksikliğine dikkat çekmektedir: “Anadolu’da çalışan kameramanların çoğunda sanki kamera hareket ederse, daha profesyonel görünecekmiş gibi bir izlenim var. Sabit kareler çekilmesi gerekmektedir. Çok ender durumlarda, hareket eden cisimler söz konusu olduğunda, aniden bir noktadan diğer bir noktaya dönebilir. Kamera görüntüsünün kalitesinin düşük olması ve hareketli görüntüler nedeniyle haberlerin kullanılabilme ve montajlanabilme şansı ortadan kalkmaktadır” (Şahin, 1998).

Gerçekten de Türkiye’deki yerel televizyonlarda çalışan kameramanların büyük bir bölümü halen tüm dünyada bilinen sabit görüntüler kaydetme kuralından

habersizdir. Özellikle televizyonculukta gereksiz yere yapılan kamera hareketleri yerel televizyonların kalitesini düşürmekte, izleyicinin yerel kanallarla ilgili ön yargılarını arttırmakta, (yayındaki görüntülerden yerel televizyon kanalı olduğu izleyici tarafından kolayca tahmin edilebilir hale gelmiştir) bu ve benzeri eksikler de eğitim sorununun yerel medyada önemli bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır.

4.3. Teknolojik Donanım ve Alt Yapı Sorunu

Televizyon haberi açısından gelişen teknoloji haberciliğin uygulama alanı ve biçimleri üzerinde de belirleyici olmaktadır. Bir olayı aktarırken, olayın takip edilmesi fiziksel bazı zorluklardan dolayı güçleşse de teknolojik ulaşım sayesinde, yaşanan zorluklar kolaylıkla aşılabilmektedir (Orhon, 2004: 34). Günümüzde özellikle cep telefonu, internet ve uydu yayınlarının kullanımının yaygınlaşması sayesinde haberin ulaştırılmasında çok büyük mesafe kat edilmiştir. Kırsal kesimde iletişim olanaklarının bulunmadığı bir yerde meydana gelen bir olayda, muhabirin olay yerine ulaşmasının ardından haberi aktarması için en azından telefona ulaşmasını gerektirmekteydi. Ancak cep telefonu sayesinde olay yerine ulaşılır ulaşılmaz yapılabilecek bir bağlantı haberin aynı anda izleyiciye ulaştırılmasına olanak sağlamaktadır. Olayla ilgili görüntüler de dizüstü bilgisayardan internete bağlanılarak kısa bir sürede haber merkezlerine ulaştırılabilmekte, ayrıca olayın büyüklüğüne göre kısa sürelerde canlı yayın araçları bölgeye ulaşabilmektedir.

Yerel televizyonlar açısından bakıldığında ise teknolojinin kullanımı daha geriden takip edilmektedir. Telefon bağlantıları yerel televizyonların bir anlamda can simidi olmakta, canlı yayın için ise Türkiye’de birçok kanal sıcak ve süregelen olaylara geç kalmaktan kurtulamamaktadır. Daha önceden programlı olan toplantı, miting gibi olayların canlı yayını yerel televizyonlar tarafından da aktarılabilmektedir. Bunun en önemli nedeni, yerel televizyonların pahalı bir teknoloji olan canlı yayın araçlarına sahip olamaması, yayınları daha çok kara linkleriyle yapmasıdır.

Yerel televizyonların birçoğunun cihaz parkı amatör cihazlardan oluşmaktadır. İş bilen personel yetersizliği, teknik yapılanmada da yanlışlıkların yapılmasına neden olmaktadır. Radyo ve televizyon yayıncılığı teknolojiyi hızlı eskiten bir yapıya

sahiptir. İletişim ve bilgisayar teknolojisi baş döndürücü bir hızla gelişmektedir. Öyle ki yeni bir sistem alan yayıncı kuruluş, o sistemi personeline öğretmeden yeni sistemler üretilerek hizmete sunulmaktadır. Teknolojiye yatırım yapan yayıncılardan bir kısmı ise teknik servis sorunu yaşamaktadırlar. Küçük illerde cihaz bakım ve tamir servislerini bulunmadığından, yayın kuruluşları bozulan cihazlarını zamanında tamir edememektedirler. Yerel ve bölgesel yayın yapan kuruluşlar ekonomik imkansızlıklar nedeniyle cihaz parklarında yedek sistemler bulundurmadıkları için büyük sorunlar yaşamaktadırlar (Bay, 2007: 99-100).

Son yıllarda dijital kamera ve bilgisayarlı montaj sistemlerinin ucuzlaması yerel televizyonların bu sistemleri daha rahat kullanabilmesine olanak sağlamıştır. Ancak Bilgi eksikliği nedeniyle yanlış sistemlere yatırım yapılması da kısa sürelerde büyük maddi kayıpların oluşmasına neden olmaktadır.

Yerel televizyonların önemli bir bölümü, Avrupa'da kullanımı tamamen ortadan kalkan VHS ve S-VHS sistemlerini yıllarca yayıncılıkta kullanmışlardır. Kullanılan montaj setlerinin büyük bir bölümü de demode ve artık kullanılmayan cihazlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla da vericilerden linklere veri aktarımı sırasındaki kayıp neticesinde görüntülerdeki deformasyon oranı olması gereken düzeyin çok üstündedir. (www.medyakronik.com)

Uydu üzerinden yapılan yayınlar son yıllarda büyük ilgi görmüş, bunun en önemli nedeni ise karasal antene nazaran görüntü kalitesinde neredeyse hiç bozulma yaşanmamasıdır. Türkiye'de son dönemde büyük bir artış yaşanan çanak anten ve uydu alıcısı satışları, uydu kiralarn ve uydu yayının gerektirdiği teknolojik yenilikleri karşılayacak parasal güce sahip olmadığı için karasal vericilerle yayın yapan yerel televizyonlara da büyük darbe vurmuştur. Uydu anteni kullanan izleyiciler karasal yayınlara tamamen bağıını koparmaktadır. Uydudan yayın yapabilen yerel ve bölgesel kanallar büyük avantaj sağlarken, normal antenle izlenebilen kanallar izleyici kaybetmiştir.

Ayrıca link ve vericilerin önemli bir bölümü de standartlara uygun değildir. Türkiye'nin birçok ilinde bu standart dışı vericiler ve linkler kullanıldığı için enterferans sorununa bir türlü çözüm bulunamamaktadır. Radyo ve Televizyon Üst

Kurulu'nun teknik ekipler oluşturarak bölgesel ve yerel yayıncıları teknik konularda bilgilendirmesi gerekmektedir (Bay, 2007: 100).

Personelin eğitim sorunu, cihazların doğru kullanılmaması nedeniyle kısa sürede deforme olmalarını da beraberinde getirmektedir. Yerel televizyonların teknolojik donanım konusunda yaşadığı sıkıntıların en önemli kaynağı ise yine ekonomik sorunlar olarak görülmektedir.

4.4. Yönetim ve Örgütsel Yapılanma

Türkiye'deki yerel televizyonların ekonomik sorunlarla bağlantılı olarak profesyonel çalışma ortamları hazırlayamaması, kurumsallaşma sorununu da beraberinde getirmektedir. Birçok kuruluş, bir televizyon kuruluşunun hangi birimlerden oluştuğu, hiyerarşik yapılanmanın nasıl yapılacağı, kaliteli yayıncılık için hangi kurallara bağlı kalınması gerektiği gibi konularda bilgi eksikliği ile karşı karşıyadır. Kuruluşundan bu yana tamamen amatör şartlarda yayıncılık yapan birçok televizyon kuruluşu var olan çalışma alışkanlıklarını da değiştirmekten kaçınır hale gelmiştir.

Yerel ve bölgesel televizyonların büyük kısmı kurumsallaşamamıştır. Yerel televizyonlarda çalışan personel sayısı 10-50 arasında değişirken, bölgesel kanallarda bu sayı 100'ü geçmemektedir. Küçük çaplı bazı yerel yayıncılar, aile şirketi görünümündedir. Televizyon yayıncılarının televizyonları günün şartlarına uygun kurumsal yapılara dönüştürmesi gerekmektedir (Bay, 2007: 117).

Önemli sayıda yerel televizyonun sahibi kurumsallaşma gerekliliğine bir anlamda karşı durmaktadır. Yerel televizyonlarda asıl amacın yayıncılık olarak görülmediği gerçeği de burada karşımıza çıkmaktadır.

Yerel televizyonların büyük bir çoğunluğunun gelir sağlayamadığını aksine gider hanesini doldurduğunu ifade eden Demirkent, televizyonların sahiplik kavramında sorunlar olduğunu belirtmektedir: “Zararına rağmen neden yapıyorlar? Birtakım başka işleri halletmek için, siyasi ağırlık kazanmak için, toplumda ağırlık düşüncelerini sürdürmek için veya başka misyonlarını koruyabilmek için. Bu yüzden yerel medyanın desteklenmesi ama bu desteğin koşullarının çok önceden halledilip, büyük sermayenin karşısında korunur hale getirilmesi gerekir. Yerel televizyonların

gerektiği yere ulaşabilmesi için sermaye yapılarının yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir (Demirkent, 1999: 29)

Kurumsallaşma sorununun önündeki en önemli engel, Demirkent'in de belirttiği sahiplik sorunu, amaç dışı yayıncılık anlayışı ve sermaye yapısının bozuk olmasıdır. Türkiye'deki meslek kuruluşları ve ilgili kamu kuruluşları yerel medya çalışanlarının ve sahiplerinin eğitim sorunuyla ilgili düzenli çalışmalar yapmakta, ancak kurumsallaşmayla ilgili bilgi eksikliği giderilememektedir.

Örgütsel yapılanmayla ilgili de yerel televizyonlar diğer sorunlarıyla bağlantılı olarak sorunlar yaşamaktadır. Birçok yerel televizyonun program müdürlüklerini, gönüllü program yapan (sivil toplum kuruluşu temsilcileri, eğitimciler, esnaf gibi) yürütür görünmektedir. Çoğunda da bu birimler yer almamaktadır. En fazla önem verilen birimler haber daireleri olsa da istihbarat şefi kavramı dahi son dönemlerde anlaşılmaya başlanmıştır.

Olcayto, bir televizyon haber merkezinin küçük çapta bir haber müdürü ve redaktör, bir istihbarat şefi, spikerler, yurt haberleri ünitesi, dış haberler ünitesi, yönetmen, kameraman, muhabir ve kurgu elemanlarından oluştuğunu aktarmaktadır (Olcayto, 1997).

Polis adliye muhabirleri, hem asayiş gündemini takip etmekte, hem siyasi ve güncel haberlerle ilgilenmekte, hem de istihbarat şefinin fonksiyonunu üstlenmektedir. Daha önemlisi muhabir aynı zamanda kameramanlık yapmakta, bir muhabirin çok sayıda toplantı ya da olayı takip etmesi haberlerin özensizce hazırlanması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Editör olarak görev yapan personel birçok televizyonda bilinmemektedir. Ağırlıklı olarak haber müdürleri ya da spikerler, hem istihbarat şefliği, hem editörlük zaman zaman da muhabirlik yapmaktadır. Yine redaktörlük görevlendirmesi de yerel televizyonların yapılanmasında yer almamaktadır.

Yerel televizyonların mevcut program yapıları günü kurtarmaya yönelik bir görüntü sergilemektedir. Ancak, sermaye birikimi sağlanması ve buna bağlı olarak teknolojik açıdan güçlenme ve önemli insan yapısının elde edilmesiyle, kurum

kimliğı kazanmış iletişim organları oluşturmak gerekmektedir (Demirkent, 1999: 32).

4.5. Hukuki Sorunlar

1990 yılında 8. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlunun Star TV'yi Cem Uzan ile birlikte kurmasının ardından özel kanallar çoğalmaya başlamıştır. 1993 yılına gelindiğinde önce yerel radyolar ardından da yerel televizyon kanalları peş peşe açılmaya başladı. Bugün Türkiye'de 200'den fazla yerel kanal bulunmaktadır. Şu an hiçbir televizyon kanalının frekansı yoktur.

Yerel televizyon kanallarının bugünkü birçok sorununun temelinde yayıncılığa hazırlıksız yakalanmaları yatmaktadır. Ne teknik alt yapı kurulabilmiş, ne yetişmiş eleman bulunabilmiş, ne hukuki sorunlar çözülebilmiştir (Burhan, 1998: 60).

Türkiye'de 23 yaygın, 16 bölgesel ve 214 yerel başvuru yapan televizyon kuruluşu mevcuttur. Kablolu yayında 65 televizyon kanalı bulunurken, uydudan yayın yapan kanalların sayısı 2010 yılı 200'ün üzerindedir. Uydudan yayın yapan yerel ve bölgesel kanalların sayısında son yıllarda ciddi bir artış yaşanmaktadır. Yerel kanalların yasal olarak uydu yayını yapma hakkı yokken yerel yayıncı kuruluşlarının sahip ve yöneticileri bu engeli basit bir formaliteyle aşmayı başarmışlardır. Yeni bir şirket kurarak, sanki farklı yayın kuruluşuymuş gibi RTÜK'ten yayın lisansı alan yerel kanallar, yayınlarını farklı bir logoyla uyduya taşıyabilmektedir (Bay, 2007: 92).

3984 Sayılı Kanundan önce yaklaşık 2000 radyo ve 500 televizyon kuruluşu, frekans kullanımı ve yayın içeriğı yönünden denetimsiz olarak yayınlarını sürdürmekteydi. 20.04.1994 tarihinde 3984 Sayılı Kanun kabul edilerek yürürlüğe girmiş, bu andan itibaren yayın kuruluşlarının Kanunun öngördüğü yayın ilkelerine uygun hareket etmeleri yasal zorunluluk haline gelmiştir. 3984 Sayılı Kanunun yürürlüğe girmesinden sonra, Ulusal Radyo ve Televizyon Frekans Planı yapılmış ve bu sırada hazırlanan yönetmelikler çerçevesinde yayın lisansı ve yayın izni verilmek üzere başvuruların yapılmasına dair duyurular yayımlanmıştır. Bu duyurular neticesinde, Kanunun öngördüğü şartlara uygun olarak, 1186 radyo ve 261 televizyon kuruluşu lisans başvurusunda bulunmuş, bunların dışındaki radyo ve

televizyonlar yayından men edilmiştir. Böylece, radyo ve televizyon kuruluşları ile ilgili ilk eleme gerçekleştirilmiş ve 814 radyo ile 239 televizyon kuruluşunun kontrolsüz yayınlarına fiilen son verilmiştir.

Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte Radyo Televizyon Üst Kurulu, söz konusu kanun, ilgili yönetmelikler ve Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi çerçevesinde yayın faaliyetlerini teknik ve içerik olarak düzenleme ve denetleme görevini yürütmeye başlamıştır.

İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü ile RTÜK arasında 1998 yılında imzalanan protokol çerçevesinde, merkezde ya da bölge müdürlüklerinde izlenemeyen yayınlar, her ilin emniyet müdürlükleri (güvenlik şube müdürlükleri) bünyesinde oluşturulan yayın izleme birimlerince takip edilmektedir.

Türkiye’de bölgesel ve yerel düzeyde televizyon yayıncılığı ile radyo yayıncılığı genelde sınırlı mali imkanlarla gerçekleştirilen bir yayıncılık türüdür. Bölgesel ve yerel düzeydeki yayıncıların karşılaştıkları sorunların önemli bir bölümünün de, yayıncılıkla ilgili mevzuatı yeterince bilmemelerinden ya da takip edememelerinden kaynaklandığı gözlemlenmektedir. Örneğin, 3984 Sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde, her yayıncı, yayınlarının tamamını kopyalamakla, bir yıl süre ile saklamakla ve istenildiği takdirde bu yayınları Üst Kurul’a ve mahkemelere göndermekle yükümlüdür. Kanunun en ağır cezai müeyyidelerinden birini içeren bu maddeye göre, yayınlarını bir yıl süreyle saklamayan ve istenildiğinde göndermeyen kuruluşların sahip veya yöneticileri hakkında bir yıldan beş yıla kadar ağır hapis ve yüz milyon liradan, bir milyar liraya kadar ağır para cezası uygulanması hükmüne bağlanmış, ayrıca kuruluşun yayınlarının da bir aydan üç aya kadar durdurulması öngörülmüştür. Çok sayıda kuruluşun, kanunu bilmemek, mali imkansızlıklar ve daha pek çok sebeple, söz konusu hükümlere uymama nedeniyle canının yandığı görülmüştür.

Yayıncıların yayın yaşamını sürdürebilmeleri hususunda ellerindeki en önemli argüman, reklamlardır. Bölgesel ya da yerel düzeydeki yayıncılara ancak yerel kamuoyuna hitap edebilecek hizmet ve ürünlerin reklamının verildiği, yerel düzeydeki reklam pastasının paylaşımının da bölgelerin yaşam standartları ile doğru

orantılı olduğu gör÷lmektedir. Yerel düzeyde reklam gelirlerinin sınırlı olması nedeniyle, bölgesel ve yerel yayıncı kuruluşlarda reklamlar konusunda en yoğun ihlallerin, yasalarca yasaklanmış olan sağlık kuruluşları ve tedaviler ile ilaçların reklamının yapılması, herhangi bir programa sponsor olan kurumların hizmet ve ürünlerinin program içerisinde tanıtılması ve haber b÷ltenleri içerisinde gizli ya da açık reklam yayını yapılması olduğu belirlenmiştir. Yine, yasa tarafından belirlenen, reklam gelirlerinden RTÜK paylarının ödenmemesi nedeniyle, çok sayıda yayıncının yayınlarına ara vermek zorunda kaldıkları gör÷lmektedir (Gener, 2001).

Aynı şekilde, yerel düzeyde kuruluşların yayınlarına ara vermeleri zorunluluğunu doğuran bir diğerk husus, yayıncı kuruluşların kendileriyle ilgili her türlü değışikliği Üst Kurul'a süresi içerisinde haber vermemelerinden kaynaklanmaktadır. Yayıncı kuruluşlar el değıştirebilmekte, adres değıştirebilmekte ya da yayın logosunu değıştirebilmekte, ancak bu değışiklikleri yasal süre içerisinde Üst Kurul'a bildirmeyi ihmal etmektedirler. Bu ihmalkarlık neticesinde de kuruluşlar, Üst Kurul'un öngördüğü yüküml÷l÷kleri yerine getirmedikleri için müeyyide uygulamasıyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bildirim eksikliğinin bir diğerk sakıncası, RTÜK ile ilgili her türlü yazışmanın kendilerine zamanında ulaşamamasıdır. Bu gibi aksaklıklar nedeniyle, bazı yayıncı kuruluşlar soruşturmaya ve yasal takibata uğramak gibi durumlarla karşılaşabilmektedir. Bir telefon ya da faks numarası değışiminin bildirilmemesi dahi, kuruluşlarla birebir yapılan temasları aksatabilmekte, bunun sakıncalarını göğüslemek de yayıncı kuruluşlara düşmektedir (Gener, 2001).

Yerel yayıncılık konusundaki en büyük engel Türkiye'de hala daha frekans planlanmasının yapılamamış olmasıdır. 4756 sayılı kanunla frekans planlamasını yapmak eski adı Telsiz Genel Müdürlüğü olan Telekomünikasyon Kurulu'na bırakılmıştır. Ancak 3984 sayılı yasanın yürürlüğe girdiği 13 Nisan 1994 tarihinden itibaren bu yönde herhangi bir adım atılmamıştır. Bu da çeşitli karmaşalara yol açmaktadır. Yayın izni ya da frekans tahsisi olmadan yayın yapıldığı için yayın ilkelerinin ihlali halinde izin belgesi ya da tahsisin iptali gibi cezalar da uygulanamamaktadır (www.rtuk.org.tr). Dolayısıyla da 1990'ların başındaki yasal olmayan fiili durum devam etmektedir.

Görevi radyo ve televizyon yayınlarını düzenlemek olan ve elinde yaptırım olanağı bulunan Radyo Televizyon Üst Kurulu, 1994 Nisan ayından 2001 Nisan ayına kadar olan süreçte yerel televizyon kanallarına toplam 423 uyarı ve 1789 gün yayın durdurma cezası vermiştir. Ancak, yayıncı kuruluşlara uygulanan yayın durdurma cezalarının yüzde 90'ının ideolojik nitelikli yayınlara uygulandığı belirtilmektedir. (Gener, 2001: 29-30)

Yerel televizyonların ulusal kanallara oranla daha az şikayet edilmesi, toplumda kabul edilen ahlak kurallarına aykırı yayıncılık yapılmaması, haberlerinin daha güvenilir oluşu ve yerel televizyonları kendi şehirden ya da kendinden kabul etmesi gibi çıkarımlarda bulunulabilir. Buna karşılık, izleyicinin yerel kanalları etkinlik açısından önemsememesi sonucu da göz ardı edilmemelidir.

Yerel medya ve basın hukuku konusunda Türkiye'deki önemli isimler arasında olan Avukat Fikret İlkiz'in yeni yasal düzenlemeler ve yerel televizyon yayıncılığının hukuki boyutuyla ilgili basın kuruluşlarının yöneticilerine yönelik görüşlerine yer vermekte yarar görülmektedir: “Yayıncılık kamu hizmetidir, kamu hizmeti anlayışıyla yapılması zorunludur. Yerel yayıncılık alternatif yayıncılıktır. Size bu bağlamda çok önemli görevler düşüyor. Yerel yayıncılar, toplumun yerel düzeyde eğitilmesi, belli prensiplerin kabul ettirilmesi, demokrasinin geliştirilebilmesi için çok önemli görevler üstlenmiş vaziyettedir. Yayın ilkelerine bağlı olduğunuz surece, kişilik haklarına dikkat ettiğiniz surece, herhangi bir yasa ihlali yapmadığınız surece niye haberi yayınlamayasınız. Yerel medyada amaç müzik kutuları oluşturmak değil ki, o insanlara belli bir norm kazandırmak. RTÜK, bu tür normal yayıncılığın daima arkasında, daima koruyor, kolluyor” (İlkiz, 2002).

Yerel Televizyonlar Birliği Başkanlığı'nı da yürüten Nurettin Bay, bölgesel ve yerel kanalların kanunlardan kaynaklanan sorunlarına dikkat çekmekte ve bununla birlikte birçok konuda çözüm önerilerini ortaya koymaktadır: “En az birbirine komşu üç il veya bir coğrafi alanın tamamına yayın yapan kanallar bölgesel kanal, bir ilin şehir merkezine yayın yapan kanallara ise yerel kanal denilmektedir. Sınıflandırmadaki esaslarda mutlak surette değişiklik yapılmalıdır. Yerel kanallar sadece şehir merkezine değil, o ilin coğrafi alanının tamamına yayın yapabilmelidirler. Bölgesel kanallardaki “üçü de birbirine komşu 3 il” formülünde

değişiklik yapılmasında fayda vardır. Yayının yapıldığı ile komşu olma kriteri bölgesellik için daha uygun bir kriter olacaktır. Çünkü bazı noktalarda bölgesel olabilmek için üçü de birbirine komşu olan üç il bulmak mümkün değildir. (merkezi Kilis ili olan bir kanalın bu tanımlamaya göre bölgesel olma şansı yoktur. Buna Çanakkale de örnek gösterilebilir). Bununla birlikte, üç ilin de komşu olma zorunluluğu, bölgesel yayın yapan kanalların il seçiminde özgür davranmalarını kısıtlamaktadır. Yayın yapılırken, radyo ve televizyonların yayın yaptıkları kanal ve frekansların dışına sarkma sorunu (enterferans) uygulamada rahat çözülebilecek bir sorun değildir. Birbirine çok yakın il ve ilçelerde mutlak surette yayınlar karışacaktır. Televizyon yayınlarında bu sorun kablolu yayın veya sayısal yayına bir an önce geçmeyle çözülebilir. Henüz bazı illerde yerel televizyon bulunmamaktadır. Türkiye’de şehir merkezi olarak yerel kanalı bulunmayan il sayısı 19’dur. Bu iller arasında Kahramanmaraş gibi, Kırıkkale gibi büyük iller de vardır. Bu nedenle RTÜK’ün bir an önce yerel kanalı bulunmayan iller için kanal tahsisi gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bazı illerde ise sadece bir yerel kanal vardır. Bir ilde tek yerel kanalın bulunması, yayıncılık açısından tekel oluşturmaktadır. Bu da zaman zaman sorunların yaşanmasına neden olmaktadır. Fikir ve düşünce zenginliği açısından da düşünüldüğünde birden fazla kanalın bulunmasında fayda vardır. Bundan dolayı illerin ekonomik durumları da gözetilerek, tek kanal bulunan illerde şartlara göre bir veya birden fazla yerel kanala izin verilmelidir (Bay, 2007: 93-94).

Bölgesel kanalların uydudan yayına başlamalarının ardından gözler yerel kanallara çevrilmiştir. Yerel kanalların yasaya göre uydu yayını yapmaları mümkün değildir. Bu kanalların uydu yayını yapmaları konusunda iki farklı görüş ortaya atılmaktadır. Birinci görüştekiler, uyduya çıkmaları halinde bu televizyonlardaki “yerellik” unsurunun ortadan kalkacağını savunmaktadırlar. İkinci görüşün savunucuları ise “yerel zenginliğin” uyduya taşınmasının yayıncılığı daha renkli kılacağını düşünmektedirler. Teknik alt yapısı sağlam, içerik bakımından yeterli yerel kanalların uyduya çıkmasında sakınca görülmemelidir. Yerel kanallardaki uydu yeterlilik oluru RTÜK tarafından verilmelidir. Türkiye’de yayın yapan yerel kanalların büyük bölümünün dünya standartlarında olmadıkları bilinen bir gerçektir.

Yasakçı bir anlayıştan öte, yerel kanalların kalitesinin artırılması yönünde çaba sarf edilmelidir” (Bay, 2007: 96).

Telif hakları sorunu yerel televizyonların haber verme ve bilgilendirme işlevlerine zorunluluğun da etkisiyle daha fazla eğilmelerini sağlamıştır. Eğlendirme amaçlı yayınlanan filmler, diziler ve yarışmaların bir bölümünün yüz binlerce liralık yüksek maliyetlerini karşılaması söz konusu olmayan yerel kanallar, daha ucuz olan belgesellere yönelirken, kendi yapım ekipleriyle kültürel tanıtım programlarına ve yerel sorunların tartışıldığı açık oturumlara ağırlık vermektedirler. Ayrıca rating öncelikli yayıncılık yapan ulusal kanallar ana haber bültenlerini kanalın prestiji ve prime time’a iyi bir giriş amacıyla önemserken yerel televizyonlarda en fazla önem verilen saatler ana haber ve spor bültenlerinin yayınlandığı saatler olarak göze çarpmaktadır. Haber sonrası yayınlarda yerel müzik programlarının üzerinde de durulurken yerel ya da ulusal reklam ajanslarının yerel televizyonlarda reklamların en fazla yayınlanmasını istedikleri saatleri ana haber kuşağının bulunduğu zaman dilimleri içerisinde tercih etmeleri yerel kanalların haber verme işlevine verdikleri önemi göstermektedir.

Türkiye’de yayın yapan hiçbir radyo ve televizyon kuruluşu çalışanının basın kartı alma imkanı bulunmamaktadır. Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün basın kartı yönetmeliğinin 9. maddesi, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının sarı basın kartı alabilmeleri için kuruluşlarının yasal izin almalarını şart koşmaktadır. RTÜK henüz hiçbir radyo ve televizyona yasal yayın izni vermediğinden, yönetmelik aşılamamaktadır. Yaygın televizyon kuruluşları bir süre, basın kartı sorununu, elemanlarını kurdukları haber ajanslarında sigortalı göstererek aşmaya çalışırken, yerel kanallar bu imkana da sahip olamamışlardır. Ancak kablolu yayın yapan kanallar kablolu izni aldıkları için bu hakka kavuşmuşlardır. Türkiye’nin sadece 21 merkezinde kablolu yayın bulunduğundan, bu 21 ilin dışında yayın yapan kuruluşların böyle bir imkandan yararlanmaları da mümkün olmamıştır. Uydudan yayın yapan kanalların da yayın lisans ve izinleri bulunduğundan basın kartı sorunları bulunmamaktadır. Öte yandan bazı illerde de yerel yayıncılar kablolu yayına yer yokluğu gerekçesiyle alınmamaktadır. (Bay, 2007: 116).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KONYA'DA YAYIN YAPAN YEREL TELEVİZYONLARIN ANA HABER BÜLTENLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

1. Verilerin çözümü ve yorumlanması

Bu araştırmada Konya'daki yerel televizyon kanallarının bir hafta süresince kaydedilen ana haber bültenlerinden içerik analizi yöntemiyle sayısal veriler elde edilmeye çalışılmıştır.

Kanalların haber sayıları, haber süreleri, bülten süreleri, haber türleri, haber konuları, haberin yapılış şekilleri, siyasi parti haberleri ve reklam unsuru konuları hazırlanan kodlama formu kullanılarak kategorilere ayrılmıştır.

Çalışmada, birden fazla kategoride değerlendirilebilecek haberler, özellikle haber konularının belirlenmesinde zaman zaman söyleme de bakılarak incelenmiştir. Yapılan analiz sonucu oluşturulan tabloların açıklama ve yorumlarında, araştırmada karşılaşılan beklenmeyen veriler belirtilmiştir.

Her haber için ayrı ayrı oluşturulan kodlama formu bu bölüme alınmıştır. Televizyonların ana haber bültenlerinin süreleri, haber sayıları ve haber merkezi personel sayıları çalışmaya daha sonra eklenmiştir.

Tablo: 1 - İçerik Analizi Kodlama Formu

Değişken no	İçerik	Kod	Sütun
1	Araştırma biriminin numarası (üç basamaklı)	001- ...	☐ ☐ ☐
2	Tarih (gün olarak)	01-07	☐ ☐
3	Ay	Nisan	☐ ☐
4	Yıl	2009	☐ ☐ ☐
5	Televizyonun ismi KONTV (1) SUNTV (2) ÜNTV (3) KTV (4) KONYA TV (5)	1-5	☐
6	Haberin kaynağı Birincil kaynakların açıklamaları (1) Kanalın kendi özel haberi (2) Ajans haberi (3) Kaynak belli değil (4) Diğer (5)	1-5	☐
7	Haberin türü Ulusal haber (1) Yerel haber (2)	1-2	☐
8	Haberin türü Güvenlik haberi Yerel yönetim haberi (1) Sivil toplum haberi (2) Ekonomi haberi (3) Magazin haberi (4) Kentın ve vatandaşın sorunları (5) Siyaset haberi (6) Çevre Sağlık haberi (7) Eğitim haberi (8) Tarım Haberi (9) Diğer (10) (11)	1-11	☐
9	Siyasi parti haberlerinin dağılımı AKP (1) CHP (2) MHP (3) DSP (4) Diğer (5)	1-6	☐
10	Haberin hazırlanışı Araştırma haberi (1) Araştırma haber dışı (2)	1-2	☐
11	Bülten dışı unsur Reklam unsuru var (1) Reklam unsuru yok (2)	1-2	☐

1.1. Haber Bülteni ve Haber Süreleri

Konya'daki yerel televizyonların bir haftalık kayıt dönemindeki bültenlerin süreleri ile ilgili düzenlenen Tablo: 1'de de görüldüğü gibi ana haber bültenlerinin süreleri kanallara göre farklılıklar göstermektedir.

Tablo: 2 - Bülten ve Haber Süreleri

Kanalların Haber Süreleri	KONTV	ÜNTV	SUNTV	KTV	KONYA TV
	Süre	Süre	Süre	Süre	Süre
1 Nisan 2009 Çarşamba	43'30"	31'20"	52'07"	22'59"	40'35"
2 Nisan 2009 Perşembe	35'19"	25'49"	42'37"	14'52"	27'38"
3 Nisan 2009 Cuma	37'59"	24'36"	39'26"	14'44"	27'25"
4 Nisan 2009 Cumartesi	34'20"	35'15"	43'10"	16'19"	24'45"
5 Nisan 2009 Pazar	41'58"	30'35"	50'27"	15'10"	24'15"
6 Nisan 2009 Pazartesi	33'33"	21'01"	43'11"	18'13"	28'55"
7 Nisan 2009 Salı	34'15"	32'48"	35'11"	14'27"	22'45"
Toplam	260'54"	201' 24"	306'09"	116'44"	196'18"
Ortalama bülten süresi	37'14"	28'38"	43'40"	16'31"	28'03"
Ortalama haber süresi	1'58"	1'58"	2'21"	1'47"	2'06"
H.sonu ort. bülten süresi	38'09"	32'55"	46'44"	15'45"	24'30"

KONTV'nin 33'33" ile 43'30" arasında bültenler yayınlandığı, ortalama bülten süresi uzunluğunun 37'14" olduğu belirlenmektedir. Hafta sonu haber bültenlerinin ortalama süresi 38'09"dur. KONTV'nin ortalama haber süresi ise 1'58"dir.

ÜNTV'nin, 21'01" ile 35'15" arasında bülten süreleri olduğu, günlük ortalama bülten süresinin 28'38" olarak belirlendiği görülmektedir. Hafta sonu bültenlerinin ortalama süresi 32'55"dir. Bir haberin ortalama süresi ise 1'58"dir.

SUNTV'de 35'11" ile 52'07" arasında bülten süreleri olduğu, ortalama bülten süresi 43'40"dir. Hafta sonu bültenlerin ortalaması 46'44"dir. Ortalama haber uzunluğu ise 2'21"dir.

KTV'nin bir hafta boyunca en az 14'27" en fazla ise 22'59" sürelerinde bülten yayınladığı, ortalama sürenin ise 16'31" olduğu görülmektedir. Hafta sonu bülten sürelerinin ortalaması 15'45", bir haberin ortalama süresi ise 1'47"dir.

KONYA TV’de yayınlanan bültenlerin 22’45” ile 40’35” arasında olduğu, günlük ortalama bülten süresinin 28’03” olduğu belirlenmektedir. Hafta sonu ana haber bültenlerinin ortalama süresi 24’30”, ortalama haber uzunluğu ise 2’06”dır.

2. Kanalların Haber Sayıları

Tablo: 3 - Bültenlerdeki Haber Sayıları

Kanalların Bültenlerindeki Haber Sayıları	Sayı
KONTV	132
ÜNTV	102
SUNTV	130
KTV	65
KONYA TV	93
Toplam	522

Konya’daki yerel televizyon kanallarının bir hafta içindeki 14 ana haber bültenindeki haberlerin sayılarını gösteren Tablo: 3’e bakıldığında, 7 günde toplam 522 yayınlandığı görülmüştür. Bu haberlerden 132’sinin (%25,2) KONTV kanalında, 102 haberin (%19,5) ÜNTV’de, 130’unun (%24,9) SUNTV’de, 65’in (%12,4) KTV’de ve 93 haberin de (%17,8) KONYA TV kanalında yayınlandığı belirlenmiştir.

Bu dağılıma göre Konya’da haber bültenlerinde en fazla habere yer veren televizyon kanalı, KONTV, en az haber yapan kanal ise KTV’dir. KONTV ve SUNTV’nin bir haftada yayınladığı haber sayısı, KTV kanalının haberlerinin iki katından daha fazladır.

ÜNTV ve KONYA TV ise bültenlerinde günde ortalama 13-16 habere yer vermektedir. Bu iki kanalın haber sayıları genele oranlandığında %17 ile %20 arasındadır.

3. Haber Kaynaklarının Kanallara Göre Dağılımı

Tablo: 4 – Haber Kaynaklarının Dağılımı

Haber Kaynaklarının Kanallara Göre Dağılımı	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%
Birincil kaynakların açıklamaları	37	28	24	23,5	22	17	26	40	30	32,2	139	26,6
Kanalın kendi özel haberi	68	51,5	63	61,7	48	37	23	35,3	34	36,5	236	45,2
Ajans haberi	7	5,3	8	7,8	50	38	11	17	19	20,4	95	18,1
Kaynak belli değil	14	10,6	1	1	6	4,6	-	0	4	4,3	25	4,7
Diğer	6	4,5	6	5,8	4	3,1	5	7,7	6	6,4	27	5,1
Toplam	132	100	102	100	130	100	65	100	93	100	522	100

Konya'daki 5 yerel televizyon kanalının 7 gün boyunca kaydedilen ana haber bültenlerinde yer alan toplam 522 haber incelenmiştir. 5 kategoride değerlendirilen haber kaynaklarına göre dağılımın değerlendirmesi şu şekildedir:

3.1. Birincil kaynak açıklamaları

Çalışmanın haber kaynakları bölümünde vali, emniyet müdürü, belediye başkanları, kamu kurumlarının il müdürleri için kullanılan birincil kaynak açıklamaları, tüm haberler içerisinde 139 (%26,6) kez kullanılmıştır. KONTV kanalındaki 132 haberden 37'si (%28), ÜNTV'de yayınlanan 102 haberden 24'ü (%23,5), SUNTV kanalındaki 130 haberden 22'si (%16,9), KTV'deki 65 haberden 26'sı (%40) ve KONYA TV'deki 93 haberden ise 30'u (%32,2) birincil kaynak açıklamalarına dayanmaktadır.

3.2. Kanalın kendi özel haberi

İncelenen 522 haber içerisinde 236 kez (%45,2) kanalın kendi özel haberine rastlanmıştır. Çeşitli kaynaklara dayanmakla birlikte, gazetecinin katkısıyla oluşturulmuş, “yapılmış” kimi zaman nesnellikten uzaklaşarak kanalın kendi söylemini de barındıran haber türü olarak belirtilen kanalın kendi özel haberi, KONTV kanalında 68 kez (%51,5) ÜNTV'de 63 kez (%61,7), SUNTV'de 48 kez (%36,9), KTV'de 23 kez (%35,3) ve KONYA TV'de 34 kez (%36,5) kullanılmıştır.

3.3. Ajans Haberi

Yerel kanalların daha çok ulusal ve dünya haberlerini almak ya da şehirdeki muhabir bulunduramadığı ilçelerde yaşanan gelişmeleri izleyicilerine aktarmak amacıyla bültenlerinde ajans haberlerine yer verdiği görülmektedir. Çalışmada incelenen ajans haberleri KONTV’de 7 kez (%5,3), ÜNTV’de 8 kez (%7,84), SUNTV’de 50 kez(%38,4), KTV’de 11 kez (%16,9) ve KONYA TV’de 19 kez (%20,4) yer bulmuştur. Toplam haber sayısına bakıldığında 522 haberin 95’inin (%18,1) ajans haberi olduğu belirlenmiştir.

3.4. Kaynak belirtilmeyen haberler

Haberin kanal tarafından yapılmadığı açık ancak hangi kaynaktan alındığı belirgin olmadığı haberler de bir kategoride ele alınmıştır. Bu haberlerin tüm haberler içerisinde 25 kez (%4,7) yer almıştır. Konya’daki yerel televizyonların haber bültenlerinde yer alan haberler içinde kaynak belirtilmeyen haberler, KONTV’de 14 kez (%10,6), ÜNTV’de 1 kez (%0,9), SUNTV’de 6 kez (%4,6) ve KONYA TV’de 4 kez (%4,3) kullanılmıştır. KTV’de yayınlanan 65 haberin tamamında kaynağın belli olduğu görülmüştür.

3.5. Diğer

İncelenen haberlerde 4 kategoriye girmeyen bazı haber kaynaklarıyla da karşılaşmıştır. Belediyeler, kamu kuruluşları ya da bazı özel kuruluşların basın müşavirlikleri aracılığıyla televizyonlara servis edilen haberler ve canlı yayında yapılan röportajlar, diğer kategorisinde ele alınmıştır. Bu kategorideki kaynaklar, tüm kanallarda 27 kez (%5,1) kullanılmıştır. KONTV’de 6 kez (%4,5), ÜNTV’de 6 kez (%5,8), SUNTV’de 4 kez (%3,07), KTV’de 5 kez (%7,6) ve KONYA TV’de 6 kez (%6,4) diğer kategorisine giren haberler yer almıştır.

Konya’daki yerel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yayınlanan haberlerin kaynaklarına göre dağılımı ile ilgili düzenlenen Tablo: bakıldığında, kanalların ağırlıklı olarak kendi özel haberlerine yer verdikleri gözlenmektedir. Birincil kaynak açıklamaları, haber kaynakları arasında önemli yer tutarken yerel haberlere ağırlık vermeyen bazı kanalların (SUNTV ve KTV) ajans haberlerine daha çok başvurduğu anlaşılmaktadır. Birincil kaynak açıklamalarına en fazla başvuran

kanalın KTV olduğu (%40), kendi özel haberlerini en çok kullanan kanalın ise ÜNTV olduğu belirlenmiştir.

SUNTV'nin ana haber bültenlerinin %38'inin ajans haberi olması dikkat çekmektedir. Yerel haberleri diğer kanallara göre daha az olan SUNTV'nin 3 kanaldan daha çok haber yayınlaması (130 haber) ajans haberlerinin sayısının fazla olmasını açıklamaktadır. Televizyonların bazılarının (KONTV, KTV, KONYA TV) yerel haberleri de ajanstan aldıkları anlaşılmakta (ajans logosu kapatılsa da diğer kanallardaki ajans haberleriyle aynı haberler olduğu görülmektedir) fakat görüntü ya da haberin ajansa ait olduğunu gösteren logoların kapatılması nedeniyle bu durum net olarak tespit edilememiştir. SUNTV ve ÜNTV ise ajans haberlerinin logolarını kapatmamaktadır.

Kaynak belirtilmeyen haberlerde ise KONTV ilk sıradadır. KTV'de ise kaynağı belli olmayan haber tespit edilmemiştir. Yine SUNTV ve KTV diğer kategorisinde ele alınan canlı yayında röportaja da birer kez yer vermişlerdir. Stüdyoya gelen konuk haber bülteni sırasında sorulara canlı olarak cevap vermiştir.

4. Haber Türlerinin Kanallara Göre Dağılımı

Tablo: 5 – Haber Türlerinin Dağılımı

Haberin türlerinin kanallara göre dağılımı	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%
Yerel haber	125	94,7	95	93,1	47	36,1	42	64,6	64	68,8	373	71,4
Ulusal ve Dünya	7	5,3	7	6,8	83	63,8	23	35,3	29	31,1	149	28,5
Toplam	132	100	102	100	130	100	65	100	93	100	522	100

4.1. Yerel haberler

Haber türlerinin kanallara göre dağılımını gösteren Tablo: 5'e bakıldığında, tüm kanalların yayınladığı 522 haberin 373'ünün (%71,4) yerel haber olduğu görülmüştür. KONTV'deki haberlerin 125'i (%94,7), ÜNTV'deki haberlerin 95'i (%93,1), SUNTV'deki haberlerin 47'si (%36,1), KTV'deki haberlerin 42'si (%64,6) ve KONYA TV'deki haberlerin 64'ünün (%68,8) yerel haber olduğu ortaya çıkmıştır.

4.2. Ulusal haberler ve Dünya haberleri

Konya'daki yerel televizyonların ana haber bültenlerinde yayınlanan ulusal haberler ve dünya haberlerinin tüm haberler içinde 149 adet olduğu (%28,5) belirlenmiştir. KONTV'de 7 (%5,3), ÜNTV'de 7 (%6,8), SUNTV'de 83 (%63,8), KTV'de 23 (%35,3) ve KONYA TV'de 29 (%31,1) ulusal haber ve dünya haberi yayınlanmıştır.

Yerel ve ulusal haberlerin Konya'daki yerel kanallarda farklı oranlarda dağılmaktadır. KONTV ve ÜNTV kanalları bültenlerinin çok büyük bir bölümünü (yüzde 90'dan fazlası) yerel haberlere ayırmaktadır. KONTV ulusal haberler ve dünya haberleri için farklı bir saatte ayrı bir bülten yayınladığı için ana haber bülteni baz alınmıştır. SUNTV en fazla ulusal haber ve dünya haberine başvuran kanal olarak göze çarpmaktadır. KTV ve KONYA TV ise bültenlerinin yaklaşık %30'unu Türkiye ve dünya gündeminden haberlerle tamamlamaktadır.

5. Haber Konularının Kanallara Göre Dağılımı

Çalışmada haber konuları 12 kategoride incelenmiştir. Haber konularının kanallara göre dağılımını gösteren tablo: 6'ya bakıldığında tüm kanalların haberleri içerisinde güvenlik haberlerinin 111 kez (%21,2), yerel yönetim haberlerinin 55 kez (%10,5), sivil toplum haberlerinin 21 kez (%4), ekonomi haberlerinin 78 kez (%14,9), magazin haberlerinin 13 kez (%2,5), kentin ve vatandaşın sorunlarına yer veren haberlerin 30 kez (%5,7), çevre ve sağlık haberlerinin 40 kez (%7,7), siyasi haberlerin 83 kez, (%15,9), eğitim haberlerinin 31 kez (%5,9), kültür – sanat haberlerinin 42 kez (%8), tarım haberlerinin 3 kez (%0,5) ve diğer kategorideki haberlerin 15 kez (%2,9) kullanıldığı görülmüştür.

Tablo: 6 – Haber Konularının Dağılımı

Haber Konularının Kanallara Göre Dağılımı	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%	S.	%
Güvenlik haberi	30	22,7	17	16,6	38	29,2	6	9,2	20	21,5	111	21,2
Yerel yönetim haberi	21	15,9	10	9,8	12	9,2	5	7,7	7	7,5	55	10,5
Sivil toplum haberi	6	4,5	4	3,9	3	2,3	4	6,1	4	4,3	21	4
Ekonomi haberi	15	11,3	17	16,6	16	12,3	13	20	17	18,2	78	14,9
Magazin haberi	6	4,5	1	0,98	1	0,76	4	6,1	1	1,07	13	2,5
Kentin ve vatandaşın sorunları	3	2,2	5	4,9	12	9,2	5	7,7	5	5,3	30	5,7
Çevre ve sağlık haberi	10	7,5	10	9,8	7	5,3	8	12,3	5	5,3	40	7,7
Siyaset haberi	14	10,6	17	16,6	26	20	8	12,3	18	19,3	83	15,9
Eğitim haberi	13	9,8	4	3,9	3	2,3	5	7,7	6	6,4	31	5,9
Kültür – sanat haberi	7	5,3	15	14,7	8	6,1	4	6,1	8	8,6	42	8
Tarım haberi	1	0,75	1	0,98	1	0,76	-	0	-	0	3	0,5
Diğer	5	3,8	2	1,9	3	2,3	3	4,6	2	2,1	15	2,9
Toplam	132	100	102	100	130	100	65	100	93	100	522	100

5.1. Güvenlik haberleri

Trafik kazası, cinayet, yaralama, hırsızlık, sel, deprem gibi asayiş olaylarını konu alan güvenlik haberleri, KONTV’de 30 kez, (%22,7), ÜNTV’de 17 kez (%16,6), SUNTV’de 38 kez (%29,2), KTV’de 6 kez (%9,2) ve KONYA TV’de 20 kez (%21,5) kullanılmıştır.

5.2. Yerel yönetim haberleri

Valilik, belediyeler, kamu kurumlarının il müdürlükleri gibi kuruluşların etkinliklerini ve açıklamalarını konu alan yerel yönetim haberleri, KONTV’de 21 kez (%15,9), ÜNTV’de 10 kez (%9,8), SUNTV’de 12 kez (%9,2), KTV’de 5 kez (%7,7) ve KONYA TV’de 7 kez (%7,5) kullanılmıştır.

5.3. Sivil toplum haberleri

Sendika, dernek ve vakıf gibi sivil kuruluşların etkinliklerini konu alan sivil toplum haberleri, KONTV’de 6 kez (%4,5), ÜNTV’de 4 kez (%3,9), SUNTV’de 3 kez (%2,3), KTV’de 4 kez (%6,1) ve KONYA TV’de 4 kez (%4,3) yayınlanmıştır.

5.4. Ekonomi haberleri

Oda ve borsa gibi ekonomiyle ilgili kuruluşların faaliyetleri, ticari hayata yönelik gelişmeler, merkezi hükümetin aldığı kararların yansımaları, sanayi, üretim ve işsizlik gibi konuların izleyiciye aktarıldığı ekonomi haberleri; KONTV’de 15 kez (%11,3), ÜNTV’de 17 kez (%16,6), SUNTV’de 16 kez (%12,3), KTV’de 13 kez (%20) ve KONYA TV’de 17 kez (%18,2) kullanılmıştır.

5.5. Magazin haberleri

Ulusal televizyonlarda daha çok ünlülerin hayatlarını konu alan magazin haberleri Konya’daki yerel televizyonlarda yaşam haberi adı da verilen daha çok günlük hayatla ilgili güzel gelişmelerin yer aldığı haberler olarak (şaka haberleri, sokak röportajları vb) karşımıza çıkmaktadır. Magazin haberleri KONTV’de 6 kez (%4,5), ÜNTV’de 1 kez (%0,98), SUNTV’de 1 kez (%0,76), KTV’de 4 kez (%6,1) ve KONYA TV’de 1 kez (%1,07) kez kullanılmıştır.

5.6. Kentin ve vatandaşın sorunları

Şehrin genelinin ya da ilçe ve mahallelerde yaşayan vatandaşların sorunlarının gündeme getirildiği, çözüm için yetkililere çağrıda bulunulan veya vatandaşın sorun yaşamaması için kamu kurumlarından yapılan duyuruların yapıldığı (elektrik ve su kesintileri gibi) haberler KONTV’de 3 kez (%2,2), ÜNTV’de 5 kez (%4,9), SUNTV’de 12 kez (%9,2), KTV’de, 5 kez (%7,7), KONYA TV’de ise 5 kez (%5,3) yer almıştır.

5.7. Çevre ve sağlık haberleri

Bölgenin coğrafi yapısı, ormanlar, ağaçlandırma faaliyetleri, ekolojik denge, meteorolojik uyarılar, hava koşulları ve etkileri, sağlık kuruluşlarının faaliyetleri, hastalıklara karşı alınacak önlemler ve sağlık yatırımlarını konu alan çevre ve sağlık haberleri; KONTV’de 10 kez (%7,5), ÜNTV’de 10 kez (%9,8), SUNTV’de 7 kez (%5,3), KTV’de 8 kez (%12,3) ve KONYA TV’de 5 kez (%5,3) görülmüştür.

5.8. Siyaset haberleri

Siyasi partilerin etkinlikleri, merkezi hükümetin icraatları, dış politikaya ilişkin gelişmeler, şehirdeki siyasetçilerin (milletvekili, parti il ve ilçe başkanları, adayları

vb) açıklamalarını konu alan siyaset haberleri, KONTV’de 14 kez (%10,6), ÜNTV’de 17 kez (%16,6), SUNTV’de 26 kez (%20), KTV’de 8 kez (%12,3), KONYA TV’de ise 18 kez (%19,3) yayınlanmıştır.

5.9. Eğitim haberleri

Şehirdeki eğitim kurumlarının faaliyetleri, milli eğitime yönelik yeni uygulama ve yönetmeliklerin duyurulması, öğrencilerin ve eğitim camiasının sorunlarının aktarıldığı eğitim haberleri; KONTV’de 13 kez (%9,8), ÜNTV’de 4 kez (%3,9), SUNTV’de 3 kez (%2,3), KTV’de 5 kez (%7,7) ve KONYA TV’de 6 kez (%6,4) yer almıştır.

5.10. Kültür – sanat haberleri

Konya’daki tiyatro, sinema, konser, festival gibi etkinlikler ile kültürel varlıkların tanıtılması ve korunmasına yönelik yapılan haberleri konu alan kültür – sanat haberleri KONTV’de, 7 kez (%5,3), ÜNTV’de 15 kez (%14,7), SUNTV’de, 8 kez (%6,1), KTV’de 4 kez (%6,1), KONYA TV’de 8 kez (%8,6) kullanılmıştır.

5.11. Tarım haberleri

Şehirde tarımsal faaliyetlere yönelik gelişmeler, çiftçilerin sorunları, çiftçi kuruluşlarının, (oda, borsa ve dernekler) etkinlik ve açıklamalarını konu alan tarım haberleri; KONTV’de 1 kez (%0,75), ÜNTV’de 1 kez (%0,98), SUNTV’de 1 kez (%0,76) görülmüştür. KTV ve KONYA TV’de belirlenen dönemdeki ana haber bültenlerinde direkt olarak tarımı konu alan haber yayınlanmamıştır.

5.12. Diğer

Bu kategorilerin dışında kalan haber konuları da diğer kategorisinde ele alınmıştır. Turizm haberleri, spor haberleri, reklama yönelik haberlerin bazıları, kanalların kendi bünyelerindeki gelişmeleri konu alan haberlere (yıldönümü kutlamaları vb) KONTV 5 kez (%3,8), ÜNTV 2 kez (%1,9), SUNTV 3 kez (%2,3), KTV 3 kez (%4,6) ve KONYA TV 2 kez (%2,1) ana haber bülteninde yer vermiştir.

Haber konularına göre yapılan değerlendirmeye ilişkin düzenlenen tablo .. dan da anlaşılacağı gibi, Konya’daki yerel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde en fazla yer verdikleri haber türleri güvenlik, siyaset ve ekonomi olarak

göze çarpmaktadır. Ulusal haberler ve dünya haberlerine tüm kanallar içerisinde en fazla yer veren SUNTV, güvenlik haberlerini de en sık (%29,2) kullanan kanal durumundadır. En az habere yer veren KTV’de ise güvenlik haberleri oldukça az (%9,2) yer bulmuştur.

Tüm kanallarda ekonomi haberleri en fazla başvurulmuş konular arasında yer alırken, özellikle ekonomik krizin etkilerinin azaltılması için hükümet tarafından alınan ÖTV ve KDV indirimlerinin kayıt dönemine rastlaması ekonomi haberlerindeki yoğunluğun artmasına neden olmuştur. KTV kanalı en fazla ekonomi haberi veren kanal olarak dikkat çekerken, en az ekonomi haberinin KONTV’de yayınlandığı görülmektedir.

Tabloda dikkat çeken verilerden ilki yerel televizyonların ana haber bültenlerinde kentin ve vatandaşların sorunlarıyla ilgili haberlerin çok az sayıda olmasıdır. Bu konuda en fazla haberi SUNTV’nin yaptığı belirlenirken, KONTV vatandaşların sorunlarını ekrana yansıtan haberlere yalnızca %2,2 oranında yer vermiştir.

Konya’daki yerel televizyonlarda magazin haberleri çok az sayıda yer alırken, çevre ve sağlık haberlerini en çok KTV’nin ekrana taşıdığı ortaya çıkmıştır.

Ana haber bülteninin önemli bir bölümünü Türkiye ve Dünya gündemine ayıran SUNTV’de bunun sonucu olarak siyasi haberlerin sayısı da fazla çıkmaktadır. Siyaset haberlerine en az yer veren kanalın KONTV olması ise (%10,6) dikkat çeken bir başka husustur.

Eğitim haberlerinde ise KONTV ilk sırada yer alırken, bu kategoride en az haberi SUNTV yayınlamıştır.

Konya’daki yerel televizyonlarda kültür-sanat haberlerine en fazla yer veren kanalın ÜNTV olduğu görülürken (%14,7), diğer kanallarda bu kategorideki haberlerin %5-8 arasında olduğu görülmektedir.

Konya’daki yerel televizyonların ana haber bültenlerinde yayınlanan 522 haberden yalnızca 3’ü direkt olarak tarımı konu alan haberlerdir.

6. Siyasi Parti Haberlerinin Kanallara Göre Dağılımı

Tablo: 7 – Siyasi Parti Haberlerinin Dağılımı

Siyasi parti haberlerinin kanallara göre dağılımı	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
AKP	7	33,3	4	23,5	5	16,6	2	22,2	1	5,5	19	20,6
CHP	-	0	-	0	-	0	-	0	1	5,55	1	1,08
MHP	4	19	4	23,5	5	16,6	2	22,2	3	16,6	18	19,5
DSP	3	14,3	3	17,6	5	16,6	2	22,2	1	5,5	14	15,2
Diğer	7	33,3	6	35,3	15	50	3	33,3	12	66,6	43	45,6
Toplam	21	100	17	100	30	100	9	100	18	100	95	100

Çalışmada incelenen ana haber bültenlerinde Tablo: 7'ye göre toplam 83 siyaset haberi kullanılmıştır. Ancak diğer kategorilerdeki bazı haberlerde de siyasi partilerin isim ya da temsilcilerine yer verilmesi nedeniyle parti haberleri incelemesinde 92 haber ile karşılaşılmaktadır. Konya'daki yerel televizyonların haber bültenlerinde AKP 19 kez (%20,6), CHP 1 kez (%1,08), MHP 18 kez (%19,5), DSP 14 kez (%15,2), diğer partiler, bağımsızlar ve birden fazla partinin ele alındığı haberler de 42 kez (%45,6) yer almıştır. Diğer kategorisinin oranının yüksek çıkmasında kayıt döneminin yerel seçim sonrasına rastlaması ve şehirde partilerin aldıkları oylar ile ilgili analizlere yer verilen haberlerin sayısının fazla olması etkili olmuştur.

6.1. AKP haberleri

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ile ilgili haberlere KONTV 7 kez (%33,3), ÜNTV 4 kez (%23,5), SUNTV 5 kez (%16,6), KTV 2 kez (%22,2) ve KONYA TV 1 kez (%5,5) yer vermiştir.

6.2. CHP haberleri

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile ilgili haberler, KONTV, ÜNTV, SUNTV ve KTV'de kayıt dönemi boyunca yer bulmamıştır. KONYA TV ise 1 kez kullanmıştır.

6.3. MHP haberleri

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ile ilgili haberlere KONTV 4 kez (%19), ÜNTV 4 kez (%23,5), SUNTV 5 kez (%16,6), KTV 2 kez (22,2), KONYA TV ise 3 kez (%16,6) yer vermiştir.

6.4. DSP haberleri

Demokratik Sol Parti (DSP) ile ilgili haberler KONTV’de 3 kez (%14,3), ÜNTV’de 3 kez (%17,6), SUNTV’de 5 kez (%16,6), KTV’de 2 kez (%22,2) ve KONYA TV’de 1 kez (%5,5) kullanılmıştır.

6.5. Diğer

Diğer kategorisinde değerlendirilen, TBMM’de temsil edilen 4 partinin dışında kalan partiler (SP, BBP vb) bağımsız siyasiler, birden çok partinin adının geçtiği haberler ve dış politika ile ilgili haberlere, KONTV 7 kez (%33,3), ÜNTV 6 kez (%35,3), SUNTV 15 kez (%50), KTV 3 kez (%33,3) ve KONYA TV 12 kez (%66,6) yer vermiştir.

Konya’daki yerel televizyonlarda AKP ile ilgili haberlere en fazla yer veren kanal KONTV olurken, en az yer veren televizyon ise KONYA TV olarak görülmüştür. CHP ile ilgili haberlere yerel televizyonlardan yalnızca KONYA TV’nin yer verdiği (bu haber de ulusal kategoridedir) belirlenirken, SUNTV’nin 5 MHP haberi yaptığı ancak bültendeki siyasi haberlerin genel sayısına oranla ÜNTV’deki MHP haberlerinin yoğunluğunun fazla olduğu görülmektedir. DSP ile ilgili haberlerin en fazla SUNTV’de yayınlandığı ortaya çıkarken, diğer kanallarda da bu parti ile ilgili haberlerin sayısının beklenenin üzerinde olmasının nedeninin yerel seçim sonrası partinin il teşkilatının kendi adayıyla yaşadığı polemikler olabileceği düşünülmektedir.

Tüm kanallarda diğer kategorisinin yüksek oranlarda tespit edilmesinin nedeni ise ulusal haberler ve dünya haberlerinin siyaset ve dış politika ağırlıklı yapılması olarak belirlenmiştir. Yine kayıt döneminin yerel seçim sonrası partilerin seçim kurullarına yaptığı itirazların haberlerde genel değerlendirme şeklinde verilmesi bu kategorideki haber sayısını arttırmaktadır. Bağımsız adayların ilçe ve beldelerde elde ettiği başarılar da tüm kanalların haber bültenlerinde yer bulmuştur.

7. Haberin Hazırlanışına Göre Yapılan Sınıflandırmanın Kanallara Göre Dağılımı

Tablo: 8 – Haberin Hazırlanış Şekli

Haberin hazırlanış şekli	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Araştırma haberi	10	7,5	13	12,7	3	2,3	1	1,5	3	3,2	30	5,74
Araştırma haberi dışı	122	92,4	89	87,2	127	97,7	64	98,5	90	96,7	492	94,2
Toplam	132	100	102	100	130	100	65	100	93	100	522	100

Haberin hazırlanışına göre yapılan değerlendirmenin kanallara göre dağılımının yer aldığı tablo 8’de görüldüğü gibi Konya’daki yerel televizyonlarda bir hafta içinde yayınlanan 14 bültendeki 522 haberin 30’u (%5,74) araştırma haberi şeklinde hazırlanmıştır. 492 haber ise (%94,25) araştırma haberi dışındadır.

Yolsuzluk, usulsüzlük, sosyal sorunlar, halkın ya da şehrin sorunları, ekonomiye dayalı veriler gibi araştırma yöntemiyle hazırlanmış haberler, KONTV’de 10 kez (%7,57), ÜNTV’de 13 kez (%12,7), SUNTV’de 3 kez (%2,3), KTV’de 1 kez (%1,5) ve KONYA TV’de 3 kez (%3,2) yer almıştır.

Ağırlıklı olarak sorunları gündeme getirme, geri planda kalan bilgileri gün yüzüne çıkarma ve halkın bilgisini artırma amacıyla yapılan haberlerin Konya’daki yerel televizyonlarda beklenen şekilde yer bulmadığı görülmüştür. Televizyonlar arasında en fazla araştırma haberi yayınlayan televizyonun ÜNTV olduğu görülürken, SUNTV, KTV ve KONYA TV kanallarının bir hafta boyunca kaydedilen ana haber bültenlerinde 1-3 araştırma haberi yayınlaması dikkat çekmektedir. Uydu aracılığıyla yayın yapan KONTV’de yayınlanan araştırmaya dayalı haberler de düşük düzeyde (%7,57) kalmıştır.

8. Bülten Dışı Unsurların Kanallara Göre Dağılımı

Tablo: 9 – Bülten Dışı Unsurlar

Bülten dışı unsurların kanallara göre dağılımı	KONTV		ÜNTV		SUNTV		KTV		KONYA TV		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Reklam unsuru olan haber	23	17,4	14	13,7	20	15,4	12	18,5	17	18,3	86	16,5
Reklam unsuru olmayan haber	109	82,6	88	86,3	110	84,6	53	81,5	76	81,7	436	83,5
Toplam	132	100	102	100	130	100	65	100	93	100	522	100

Bülten dışı unsurlardan olan reklam konularının Konya'daki yerel televizyonlarda yayınlanma sıklığını gösteren Tablo: 9'a bakıldığında 5 televizyon kanalının ana haber bültenlerindeki haberlerde 86 kez (%16,7) reklam unsuruna rastlanmıştır. Kayıt dönemi boyunca yayınlanan 522 haberden Reklam unsuru olmayan haberlerin sayısı ise 436'dır (%83,52).

Yerel televizyonların ana haber bültenlerinde zaman zaman bilinçli olarak bazen de haberin ana konusu farklı olmasına rağmen istem dışı reklam unsurları haberlerde yer bulmaktadır. KONTV haber bültenlerinde 23 kez (%17,4), ÜNTV'de 14 kez (%13,7), SUNTV'de 20 kez (%15,4), KTV'de 12 kez (%18,5) ve KONYA TV'de 17 kez (%18,3) reklam unsuru olan ya da tamamen reklama dayalı haber yayınlanmıştır.

Bu kategoride en fazla haberin KTV'de yayınlandığı görülürken, ana haber bültenlerinde en az reklam unsuru olan haber ÜNTV'de olarak tespit edilmiştir. Ancak genel olarak Konya'daki yerel televizyonların haberlerinde %15 ile %20 arasında reklam unsuru yer alması dikkat çekmektedir.

9. Yerel Televizyonların Haber Merkezi Personel Sayıları

Tablo: 10 - Haber Personeli Sayıları

Kanalların Haber Merkezi Personel Sayıları	KONTV	ÜNTV	SUNTV	KTV	KONYA TV
Haber Müdürü	1	2	1	1	1
İstihbarat Şefi	1	1	1	-	1
Editör	2	2	-	1	-
Muhabir-kameraman	6	10	3	4	6
Montajcı	2	3	2	1	2
Spiker	4	4	2	2	3
Toplam	17	22	9	9	13

Tablo: 10’da görüldüğü gibi KONTV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 yurt haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 2 editör, 6 muhabir-kameraman, 2 montajcı, 4 spiker olmak üzere toplam 17 personel görev yapmaktadır. KONTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir.

ÜNTV haber merkezinde 1 haber koordinatörü, 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 2 editör, 5 muhabir, 5 Kameraman, 3 montajcı, 4 spiker olmak üzere toplam 22 personel görev yapmaktadır. ÜNTV’de iletişim fakültesi öğrencileri staj yapmakta, 22 personelin 15’i öğrencilerden oluşmaktadır.

SUNTV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 3 muhabir-kameraman, 2 montajcı ve 2 spiker olmak üzere toplam 9 personel görev yapmaktadır. SUNTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir. Kanalda editör görev yapmamaktadır.

KTV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 editör, 4 muhabir-kameraman, 1 montajcı ve 2 spiker olmak üzere 9 personel görev yapmaktadır. KTV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir. KTV’de ayrıca istihbarat sorumlusu görev yapmamaktadır. Bu görevi haber müdürü ya da editör üstlenmektedir.

KONYA TV haber merkezinde 1 haber müdürü, 1 istihbarat sorumlusu, 6 muhabir-kameraman, 2 Montajcı ve 3 spiker olmak üzere 13 personel görev

yapmaktadır. KONYA TV’de kameramanlar aynı zamanda muhabirlik yapmakta, muhabirler ayrı istihdam edilmemektedir. Kanalda editör görev yapmamakta, istihbarat şefi bu görevi üstlenmektedir.

Konya’daki yerel televizyon kanallarının haber merkezlerinde 9 ile 22 arasında değişen personel çalışmaktadır. En fazla personel istihdam eden kanal ÜNTV, en az personeli ise KTV ve SUNTV’dir. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama birimi olan ÜNTV’de en fazla personelin bulunmasının nedeni stajyer çalışanların sayısının fazla olmasıdır. Ancak bu öğrencilerin haber yapım aşamalarının tamamında yer almaları nedeniyle stajyerler personel sayısına dahil edilmiştir. Yerel haberlere ağırlık veren kanallarda muhabir ve kameraman sayısının fazla olduğu görülürken, ajans haberlerine ve ulusal haberlere daha fazla yer veren kanalların personel sayılarının da düşük olduğu gözlenmektedir. Maddi sorunlar nedeniyle personel sayısını düşük tutmak zorunda kalan bazı kanallar editör ya da istihbarat şefi istihdam etmemektedir. Yine aynı nedenle sadece haberin takibiyle ilgilenen muhabirlerin çalışmadığı, kameramanların aynı zamanda muhabirlik yaptığı görülmektedir. Ulusal ve bölgesel haberleri ayrı bir bültende yayınlayan KONTV’de yurt haber müdürü de görev yapmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yerel televizyonların haber bültenlerinin içerik açısından incelenmesini amaçlayan bu çalışma, kuramsal ve uygulama olarak iki bölümde değerlendirilebilir. Çalışmanın kuramsal bölümünde televizyon, televizyon haberciliği, yerel habercilik ve Konya’da yerel televizyon haberciliği konuları ele alınmıştır. Çalışmanın uygulama bölümünde içerik analizi yöntemiyle Konya’da yayın yapan 5 yerel televizyonun ana haber bültenleri incelenmiş, ortaya çıkan veriler ışığında yerel televizyon haberciliğinin işlevlerini yerine getirip getirmediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Dünyada yerel televizyonculuk ve yerel haberciliğin basının önemi açısından ele alındığında büyük gelişmeler kaydettiği görülmektedir. Ulusal medyanın gündem yoğunluğu daha geniş kitlelere hitap etme zorunluluğu, yereldeki sorunların gözden kaçmasına, çözüm yollarının aranmasında sorunlar doğurmaktadır. Ancak gelişmiş toplumlarda yerel medyaya verilen önem demokrasinin ve kalkınmanın yerelden başlamasından büyük katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda yerel medya hem halkın sorunlarının daha fazla ön plana çıkarılmasını sağlamakta hem de küresel güçlerin kontrolüne açık olan ulusal medyaya alternatif olabilmektedir.

Türkiye’de yerel medyanın konumuna bakıldığında ise yapılan çalışmalar, gelişmiş ülkelerdeki yerel basının gücünden ve etkinliğinden daha uzak bir Türk yerel medyasının varlığını ortaya koymaktadır. Önemli reklam gelirleri ve aldığı desteklerle, rating odaklı yayıncılık yapan ulusal medya ve televizyonlar, halkın sorunlarından kopuk olmakla eleştirilmektedir. Yerel medya ise gerek yazılı gerekse görsel anlamda hemen hemen tüm Türkiye’de var olma mücadelesi vermekte, gelir kaynakları, profesyonel eleman istihdamı ve teknik imkanlar açısından istenilen kaliteli yayıncılık düzeyini bir türlü yakalayamamaktadır.

Türkiye’de yerel medyanın ve televizyonların güçlü olduğu iller arasında kabul edilen Konya’da da yerel televizyonlar benzer sorunlarla baş etmeye çalışmaktadır. Halkın haber ve bilgi alması, demokrasinin doğru şekilde işlerlik kazanması, yöneticiyle halk arasında köprü işlevinin gerçekleşmesi gibi yerel medyanın temel

görevlerini yapamadığı, var olan sorunlarının çözülememesinin yurttaş odaklı habercilikten uzak bir yayıncılığın egemen olmasına neden olmaktadır.

Konya’da yayın yapan 5 yerel televizyon, genel özellikleri itibariyle farklı yayın politikalarına sahip olsalar da, özellikle yerel haberlerin izleyiciye ulaştırılmasındaki haber yayın anlayışları ve hitap ettikleri kitle açısından birbirlerinden net bir biçimde ayrılmamaktadırlar.

Yerel televizyonlar şehirdeki gelişmeleri takip etmekte ancak haber bültenlerinde halkın direkt olarak içinde olan bir yayın anlayışını yakalayamamaktadır.

Bu çalışmanın uygulama bölümünde yapılan içerik analizi, Konya’daki televizyonların ana haber bültenlerinin süre olarak farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Ulusal haberlere ağırlık veren SUNTV’nin ortalama bülten süresinin 40 dakikanın üzerinde olduğu, en kısa bültenlerin KTV’de yayınlandığı görülmektedir. Hafta sonu haber bültenlerinin sürelerinin beklenenin aksine çoğu zaman arttığı gözlenirken, bir haberin ortalama süresinin yaklaşık 2 dakika olduğu belirlenmektedir.

Haber sürelerinin değerlendirildiği tabloda KTV’nin 14 dakikaya kadar düşen sürelerde bültenler yayınlaması dikkat çekmektedir. Haber kaynaklarına ulaşma, personel eksikliği gibi yerel haberlere daha az yer verilmesi sonucunu doğuran etkenler bülten sürelerinin kısa olmasına açıklık getirebilmektedir.

Dikkat çeken bir başka veri ise kanalların gün gün bülten sürelerinin çok farklı olmasıdır. KONYA TV’nin en kısa bülteniyle en uzun bülteni arasında yaklaşık 18 dakika, SUNTV’nin 17 dakika, ÜNTV’nin 14, KONTV’nin ise yaklaşık 10 dakika fark bulunmaktadır. Bu sonuç yerel televizyonların yayın akışlarının düzenli olmadığını, bunun yanı sıra kanalların gündemin yoğunluğuyla bağlantılı olarak haber yapabildiğini, istediği oranda hazırda özel haber tutamadığını da akla getirmektedir.

Ajanslardan elde ettiği ulusal haberler ve dünya haberlerini ağırlıklı olarak yayınlayan ve bülten süreleri beklenenden uzun olan SUNTV ve tam tersine çok kısa

bültenler yayınlayan KTV dışarıda tutulduğunda; Konya’da yerel haberlere ağırlık veren üç yerel televizyonun bülten sürelerinin 30 dakika civarında olduğu görülmektedir. Ulusal televizyonlara göre hedef kitleleri ve haber toplama alanları daha dar olan bu kanalların ortalama bülten sürelerinin beklenen uzunlukta olduğu değerlendirilmektedir.

Bültenlerde yer verilen haberlerin sayısına bakıldığında, bir kanal dışında, kanallar arasında büyük farklılıklar olmadığı görülmektedir. KTV’de bir haftalık kayıt dönemi boyunca 65 haber yayınlanmıştır. 5 televizyonda yayınlanan toplam 522 haberin 262’si (%50,1) KONTV ve SUNTV kanallarında yayınlanırken ÜNTV ve KONYA TV ana haber bültenlerinde 13-16 habere yer vermektedirler. Ağırlıklı olarak yerel gelişmeleri ana haber bültenlerinde ekrana taşıyan Konya’daki yerel televizyonların şehir ile ilgili günde ortalama 15 habere yer vermesi, yerel televizyonların yerel haberlere ne ölçüde verdiği sorusuna bir ölçüde olumlu cevap olmaktadır.

Bu bağlamda kanalların haber bültenlerindeki yerel haberlerin sayısı incelendiğinde KONTV’nin başı çektiği görülmektedir. Bu kanaldaki yerel haberlerin toplam haberlere oranı yüzde %94,7’dir. KONTV ulusal ve bölgesel gelişmeler ile yerel gelişmeleri iki farklı bültende yayınlamaktadır. Bu nedenle yerel bültende tamamen Konya’daki gelişmelerin haberleri yayınlanmaktadır. Tüm haberlerinin %93,1’ini yerel gelişmelere ayıran ÜNTV ise en fazla yerel haber yayınlayan ikinci kanal konumundadır. KONYA TV ve KTV kanalları bültenlerinin yaklaşık üçte birini yerel haberlere ayırmaktadır. SUNTV ise yerel haberleri en az yayınlayan kanal olarak göze çarpmaktadır. Ulusal haberler ve dünya haberleri beklenenin üzerinde bir oranla bültenlerin %63’sini oluştururken yerel haberler haber sayısı ve süre açısından ikinci planda kalmaktadır. Yerel televizyonların yerel haberlere ağırlık verebilmesi için şehirdeki gelişmeleri takip edecek yeterli personel bulundurulması gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda, ajanslardan elde edilen ulusal ve dünya haberlerin daha fazla yer bulduğu televizyonlarda bu konuda sorun yaşandığı söylenebilmektedir.

Haber kaynaklarının kanallara göre dağılımına bakıldığında ise, yerel televizyonların birincil kaynak açıklamalarına ve ajans haberlerine ne kadar ağırlıkta

başvurduğu yönündeki araştırma sorusu bu kaynakların kullanımının fazla olduğu cevabını bulmaktadır. Konya'daki yerel kanalların haber kaynaklarının %44,7'sinin birincil kaynakların açıklamaları ve ajans haberleri olduğu gözlenmektedir. Kanalların kendi özel haberlerine ise %45,2 oranında yer verdiği ortaya çıkmaktadır.

Birincil kaynak açıklamalarına en fazla yer veren kanalın KTV olduğu görülürken, ÜNTV, kendi özel haberlerini bültenlerine en fazla taşıyan televizyon olarak belirlenmiştir. SUNTV dışında tüm kanalların kendi özel haberlerine tüm kaynaklardan daha fazla yer vermeleri birincil kaynakların açıklamalarının tek başına ağırlıkta olmadığını göstermektedir.

Türkiye'de haber ajanslarının ulaştıkları alanın her geçen gün genişlemesi yerel televizyonların özellikle güvenlik haberlerinde kendi personellerini bulundurma ihtiyacını giderek ortadan kaldırmaktadır. İlçelerde temsilcilikler ve muhabirler bulunduran ajanslar yerel televizyonlar için özel paketler hazırlamaktadırlar. Konya'daki yerel televizyonlar da ajans bültenlerine, ulusal haberler ve dünya haberlerine ulaşabilmenin yanı sıra yerel gelişmelerde de başvurumaktadırlar. Büyük ölçüde yerel haber yayınlayan KONTV ve ÜNTV kanalları ajans haberlerine yine çok az yer verirken, SUNTV'nin ana haber bültenlerindeki haberlerin %38'inin ajans haberi olması dikkat çekmektedir. KONYA TV ve KTV ise ağırlıklı olarak yayınladığı ulusal haberleri ajanstan almaktadır.

Konya'daki yerel televizyonların ana haber bültenlerinde kaynak belirtilmeyen haberlerin düşük oranlarda kaldığı, birincil kaynak açıklamalarına en fazla yer veren KTV'de ise kaynağın belirsiz olduğu haber yayınlanmadığı görülmektedir.

Bültenlerdeki haberlerin yaklaşık %5'inin ise belediyeler, kamu kuruluşları ve bazı özel kuruluşların basın müşavirlikleri aracılığıyla gönderdiği haberlerden oluştuğu, KONTV, ÜNTV ve KONYA TV'nin haber bültenlerinde canlı yayında röportaj ve telefon bağlantısına hiç başvurmadığı SUNTV ve KTV'nin ise yalnızca birer kez canlı yayına konuk alarak röportaj yaptığı belirlenmiştir.

Çalışmanın önemli araştırma sorularından olan haber konularının kullanım sıklığına bakıldığında, güvenlik haberleri ve yerel yönetim haberlerinin bültenlerin önemli bir bölümünü oluşturduğu şeklindeki yaygın öngörüyle ilgili farklı sonuçlar

ortaya çıkmıştır. Belirlenen 11 haber konusu içerisinde en fazla kullanılan haberlerin güvenlik haberleri olduğu ortaya çıkmıştır. En fazla güvenlik haberine SUNTV'nin, bu konuda en az habere KTV'nin yer verdiği görülmektedir.

Kanalın hitap ettiği bölgede yaşayan insanların yakınlarında olup biten asayiş olaylarına ilgi duyduğu gerçeğinden hareket eden yerel televizyonlar haber bültenlerinin önemli bir bölümünü güvenlik haberlerine ayırmaktadır. Ulusal televizyonların haber bültenlerine girmesi neredeyse imkansız olan yaralamalı kazalar, hırsızlık olayları, küçük esrar operasyonları kolaylıkla haber olabilmekte, KTV dışında, Konya'daki tüm kanalların en fazla haber yaptığı konunun güvenlik olayları olduğu göze çarpmaktadır.

Yerel televizyonlarda yerel yönetimlerle ilgili haberlerin tahmin edilen yoğunlukta olmadığı ortaya çıkmaktadır. 5 televizyon kanalının haber bültenlerinde yerel yönetimlerle ilgili haberlerin ortalama oranlarda (%10,5) kaldığı, yerel yönetim haberlerine en fazla süre ayıran kanalın KONTV olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer kanalların yakın oranlarda yerel yönetim haberi yayınlaması ise haber kaynaklarının ortak olabileceği (belediyelerin basın müşavirliklerinden servis edilen haberler) yorumunu desteklemektedir.

Konya'daki yerel televizyonların sivil toplum haberlerine ayırdığı yerin ise düşük olduğu gözlenmektedir. Çalışmada ortaya çıkan veriler, sivil toplum örgütleri, sendikalar, meslek odaları ve vakıflar ile ilgili haberlere yerel televizyonların önem vermediğini göstermektedir. Yerel haberlere ağırlık veren yerel televizyonların haber kaynaklarının darlığı göz önünde bulundurulduğunda sivil toplum kuruluşlarının aktivitelerine, gündeme ve sorunlara yönelik değerlendirmelerine ulusal televizyonlara oranla daha fazla yer verdiği bilinmektedir. Ancak Konya'daki yerel televizyonların sivil toplum haberlerine ortalama %4'ler oranında yer verdiği görülmektedir. Ana haber bültenlerinde zaman zaman hiç sivil toplum haberi yayınlanmadığı verisi dikkat çekmektedir.

Yerel televizyonların ana haber bültenlerinde ekonomi haberlerine yer verilmediği tezi tüm kanallardaki ekonomi haberlerinin sayısına bakıldığında doğrulanmamaktadır. Konya'daki yerel televizyonlar güvenlik ve siyaset

haberlerinin ardından en fazla ekonomi haberlerini yayınlamaktadır. KTV'nin ekonomi haberlerinin diğer tüm kanallardan fazla olduğu, en az ekonomi haberi yayınlayan kanalın ise KONTV olduğu görülmektedir. Yerel televizyonların bazı reklam içerikli etkinlikleri haber olarak yayınlaması ve bu haberlerin bir bölümü ekonomi haberi başlığı altında değerlendirilmiştir. Buna karşın ulusal televizyonlardan ağırlıklı olarak farklı konulara yer veren yerel televizyonların ekonomi haberlerini daha çok gündeme taşıması, 2009 yılında etkileri hissedilen ekonomik krizin etkili olmasıyla açıklanabilmektedir. Haberlerin konularının ayrıntıları çalışmada ele alınmamış ancak özellikle krizin etkilerinin azaltılması için uygulanan vergi indirimlerinin yerel televizyonların ekonomi haberlerinde ele alınan başlıklardan biri olduğu gözlenmiştir.

Konya'daki yerel televizyonlar yalnızca %2 oranında magazin olaylara yer verirken, şaka haberleri ve vatandaşla yapılan sokak röportajlarının KTV ve KONTV'de diğer kanallara oranla biraz daha fazla yer bulduğu anlaşılmaktadır.

Konya'daki yerel televizyonların, halkın mahallelerde yaşadığı sorunları gündeme getiren ve özellikle belediye hizmetlerindeki sorunları yansıtan haberlere yeterince yer vermediği görülmektedir.

Haber konularının dağılımına bakıldığında kentin ve vatandaşın sorunlarını gündeme getiren haberlerin tüm kanallarda yalnızca %5 oranında yayınlandığı görülmektedir. Belediye hizmetlerindeki eksik, yanlış ve sorunlar ise çok daha az gündeme gelmektedir. Tam anlamıyla Konya'ya özel bir sorunun aktarıldığı haberlere bir haftalık kayıt dönemi boyunca yayınladığı 132 haber içinde KONTV 3 kez, 130 haber yayınlayan SUNTV ise 12 kez yer vermiştir. Diğer üç kanal da kentin ve vatandaşın sorunlarını gündeme getiren haberler %5 ile %8 arasındadır.

Birincil kaynak açıklamalarına dayanan bazı önemli uyarı haberleri (elektrik ve su kesintisi vb) çalışmada bu kategoride değerlendirilmiştir. Bu nedenle ortaya çıkan sonuca bakıldığında, Konya'daki yerel televizyonların tamamının o şehrin gerçek sorunlarını gündeme getiren, yöneten ile yönetilen arasındaki köprü ve uyarı işlevi doğrultusunda yapılan haberlere yeterince yer vermediği söylenebilmektedir.

Türkiye'nin önemli ovalarından biri olan Konya'nın son yıllarda yaşadığı kuraklık nedeniyle ulusal anlamda da sık sık gündeme gelmesi, özellikle tematik kanalların çevre haberlerine ağırlık vermesi ekolojik denge ve sonuçlarının ön planda tutulmasını sonucunu doğurmuştur. Konya'daki yerel televizyonlarda da çevre ve sağlık haberleri %5 ile %12 arasında oranlarda yer bulmaktadır. Çevre ve sağlık konusunda en fazla haberi KTV, en az haberi ise SUNTV ve KONYA TV yayınlamaktadır. Özellikle önceki yıllar ortalamasına göre Nisan ayında artan yağışlar, barajlardaki su oranları, kamu kuruluşlarının su politikaları ve etkinlikleri çevre haberlerine konu olurken, sağlıktaki yeni düzenlemeler, hastalıklarla ilgili bilgi ve alınması gereken önlemlerin anlatıldığı haberler de yerel bültenlerde haber olmaktadır. Konya'daki yerel televizyonların bu anlamda çevre ve sağlık haberlerine beklenen oranlarda yer verdiği görülmektedir.

Siyaset haberlerinin de Konya'daki yerel televizyonların önemli haber konuları arasında olduğu değerlendirilmektedir. Tüm haberleri içerisinde %10 ile %20 arasında siyasi gelişmelere yönelik haberler yayınlayan yerel televizyonlardan KONTV bu konuda en az süreyi ayırmaktadır. SUNTV'nin ise haberlerinin %20'si siyasi gelişmelerden oluşmaktadır. Bu oranlar yerel televizyonların güvenlik haberlerinden sonra en fazla siyasi haberlere yer verdiğini göstermektedir. Bu haberlerin önemli bir bölümünün de yerel siyasetle ilgili gelişmeler olduğu gözlenmektedir.

İç Anadolu Bölgesi'nde karasal yayının yanı sıra uydu yoluyla da izleyicilerine yayınlarını ulaştıran KONTV'nin ana haber bülteni, yerel seçimler öncesinde siyasi parti haberlerine eşit yer vermediği gerekçesiyle RTÜK tarafından iki gün süreyle durdurulmuştur. Seçim sonrası siyasi haberlerin sayısının, diğer kanallara göre, KONTV'de daha az yer bulmasının bir nedeninin de bu durum olabileceği değerlendirilmektedir.

Konya'daki yerel televizyonlarda yayınlanan siyaset haberlerinin siyasi partilere göre dağılımına bakıldığında parti etkinlik ve açıklamalarıyla ilgili haberlerin sayısının düşük olduğu belirlenmektedir. Bir haftalık kayıt döneminde belirlenen siyaset haberlerinin sayısı, partiler değerlendirilmeye alındığında artmaktadır. Bazı yerel yönetim haberlerinin içinde partilerin yönetici ya da

milletvekillerinin açıklamalarına yer verilmesi, örneklemin yerel seçim sonrası bir dönem olarak belirlenmesi, bağımsız adaylarla ilgili haberlerin fazla olması, çok sayıda partinin adının geçtiği değerlendirme haberlerinin sayısının fazla olması, dış politika ilgili haberler ve hükümet icraatlarını aktaran bazı haberler de diğer kategorisine dahil edilen haberlerin sayısının yüksek ölçülmesinde etkili olmaktadır.

TBMM’de temsil edilen partilerin haberleri baz alınarak yapılan değerlendirmede, en fazla, hükümette olan Adalet ve Kalkınma Partisi ile ilgili haberlerin kullanıldığı görülmektedir. AKP’nin ardından en fazla süre ayrılan partinin MHP olduğu belirlenirken, Konya’daki yerel televizyonlarda DSP ile ilgili haberleri de sıklıkla kullanması dikkat çekmektedir. Bu parti ile ilgili haberlerin söyleme bakıldığında, seçim sonrası DSP’nin Konya’daki büyükşehir belediye başkan adayı ile partinin il yöneticileri arasındaki tartışmaların yerel televizyonların ilgisini çektiği bu nedenle haber sayısının arttığı düşünülmektedir.

Göze çarpan bir başka veri ise ana muhalefet partisi olan CHP’nin haberlerinin, tüm televizyonların bültenlerinde yayınlanan 522 haber içinde yalnızca 1 kez kullanılmasıdır.

AKP haberlerine en fazla yer veren kanalın KONTV olduğu gözlenirken, bu partinin haberlerini en az kullanan kuruluşun KONYA TV olduğu belirlenmektedir. Televizyonlardaki tek CHP haberine de yine KONYA TV yer vermiştir. MHP haberlerini en sık kullanan kanal SUNTV olurken, KTV bu partiye en az yer veren kanal konumundadır.

Siyasi parti haberlerine genel olarak eşit sürelerde yer verdiği de görülmektedir. Son genel seçimlerde Konya’dan AKP 13, MHP 2, CHP ise 1 milletvekili çıkarmıştır. Yerel seçimlerde 3 merkez ilçe ile Büyükşehir Belediyesinde AKP’nin adayları başkan seçilmiştir. Çalışmanın örnekleminin alındığı dönemin hemen öncesinde yapılan seçimde ise MHP şehir genelinde oylarını arttırmış, Saadet Partisi (SP) üçüncü parti olmuş, Ancak AKP 3 merkez ilçe ile büyükşehir belediyesinde kazanan parti olmuştur.

KONTV dışında kalan kanalların, AKP, MHP ve DSP ile ilgili, birbirine çok yakın sayıda haber yayınladığı belirlenmektedir. Ancak partilere ayrılan sürelerin

tam anlamıyla sağlıklı bir analizinin yapılmasını sağlayacak sayıda haberin yayınlanmadığı düşünülmektedir. Fakat yerel televizyonlarda yayınlanan siyasi parti haberlerinin şehirdeki parti örgütlerinin etkinliklerinin yoğunluğuyla bağlantılı olduğu gerçeğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Partilerin etkinlikleri hayli az olmakta, partinin şehirdeki yöneticileri güncel olaylarla ilgili yazılı açıklama dahi yapmamaktadır.

Eğitim haberlerinin genel itibariyle beklenen düzeyde yer bulduğu görülürken, KONTV ve KTV bu kategorideki haberleri daha fazla kullanmaktadır. Diğer kanallar arasında ise belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir. Eğitim camiasındaki sorunlardan öte haberlerin daha çok okullardaki etkinliklerle ilgili olduğu, yerel yayıncılıkta “insanlar kendilerini ya da kendilerine yakın olanı ekranda görebilmeli” anlayışından hareket eden yerel televizyonların bu tür haberleri zaman zaman fazla kullandığı belirlenmektedir.

Kültür ve sanat haberlerinin Konya’daki yerel televizyonların yer verdiği 10 haber konusu arasında 5. sırada olması ise dikkat çekmektedir. Bu kategoride Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin yayın organı olan ÜNTV diğer kanallardan belirgin şekilde ayrılmakta, diğer kanallar ise kültür-sanat haberlerine beklenen düzeylerde yer ayırmışlardır.

Konya’daki 5 yerel televizyonun bir hafta boyunca yayınladığı ana haber bültenlerindeki 522 haberde yalnızca 3 tarım konulu haber yayınlanması çalışmanın en dikkat çekici sonuçlarından biri olarak görülmektedir. İki kanal, bir hafta boyunca hiç tarım haberine yer vermemiştir.

Türkiye’de tahıl ihtiyacının önemli bir bölümünün karşılandığı, tarım ve tarımsal sanayi alanında önemli şehirlerden biri olan Konya’daki yerel televizyonlarda beklenenin çok altında tarım haberi yayınlanmaktadır. Yerel kanalların bulundukları bölgenin coğrafi yapısı, iklim şartları ve üretim tarzlarını ekrana yansıttığı gerçeğinden yola çıkıldığında Konya’da tarım haberlerinin bu denli az olması farklı etkenlerin düşünülmesine neden olmaktadır. Tarımdan bir ölçüde bahseden bazı haberler diğer kategorilerde değerlendirilmiştir. Rakamın bu kadar düşük olmasında, örneklemin (1-7 Nisan), tarım sektörünün daha çok gündeme

geldiği ürün hasat dönemine (Haziran-Temmuz) rastlamamasının ve belirlenen sürenin de etkisi olabileceği düşünülmektedir. Ancak yine de Konya gibi bir şehirde, yerel televizyonlarda, tarım ile ilgili haberlere bu derece az yayınlanması beklenmedik bir sonuç olarak göze çarpmaktadır.

Bültenlerde yer alma sıklıklarına göre değerlendirildiğinde Konya'daki yerel televizyonların verdiği haberler güvenlik, siyaset, ekonomi, yerel yönetim, kültür-sanat, çevre-sağlık, eğitim, kentin ve vatandaşın sorunları, sivil toplum ve magazin haberleri şeklinde sıralanmaktadır.

Konya'daki yerel televizyonlarda yayınlanan haberlerin hazırlanış şekillerine göre yapılan değerlendirmede, araştırma sonucu hazırlanmış haberlerin sayısının hayli düşük olduğu gözlenmektedir. Tüm kanallardaki araştırma haberlerinin %5'ler seviyesinde kalması dikkat çekmektedir. Bu konuda en fazla haberin ÜNTV'de yayınlandığı belirlenirken, KTV'de bir haftalık sürede yalnızca 1 araştırma haberine yer verilmektedir.

Kentin ve vatandaşın sorunları ile yerel yönetim haberlerine beklenen düzeyde yer vermeyen Konya'daki yerel televizyonların araştırmaya dayalı haberleri de buna paralel olarak daha az kullandığı görülmektedir. Bu bağlamda Yerel haberciliğin demokrasiye katkı, köprü ve uyarı gibi işlevlerini yerine getiremediği sonucunu ortaya koymaktadır.

Ve çalışmada belirlenmeye çalışılan son konu bülten dışı unsurlar, reklam içerikli ya da reklama yer verilen haberler olmuştur. Konya'daki yerel televizyonların ana haber bültenlerinde yayınlanan haberlerde küçümsenmeyecek bir oranda reklam unsuru yer aldığı belirlenmektedir. Bazı haberler tamamen firma tanıtımı ya da ürün tanıtımı şeklinde hazırlanmakta, bazı ekonomi haberleri ile bilgilendirme amaçlı yeni ürün haberlerinde ise örtülü olarak reklam yapılmaktadır. Tüm kanallarda bilinçli olarak firma tanıtımı yer alan haberlere rastlanması dikkat çekmektedir. Bu konuda en fazla haber aynı zamanda ekonomi haberlerine en fazla yer veren kanal olan KTV'de yayınlanmaktadır.

Gelir elde etme konusunda önemli sorunlar yaşayan yerel televizyonlar kendilerine reklam veren firmaların halkla ilişkiler faaliyetlerini, şube açılışlarını,

yeni ürün tanıtımlarını haber bültenlerinde değerlendirmek durumunda kalmaktadır. Haberlerde istem dışı reklam unsuru yayınlanmasında ise montaj imkanlarının etkisi vardır. Çoğu zaman haberlerin montajlanması için zamanla yarışan yerel haberciler montaj aşamasında reklam unsurlarını görünmeyecek şekilde kapatmak için yeterli süreyi bulamamaktadır. Bunda montaj birimlerinde az sayıda personelle çalışılmasının da etkisi yadsınmamalıdır. Yerel televizyonlarda en az personel montaj birimlerinde istihdam edilmektedir.

Yerel medyanın görevleri ve işlevleri açısından bakıldığında Konya'daki yerel televizyonların ana haber bültenleri aracılığıyla, görevlerinin bir bölümünü yerine getirdiği görülmektedir. Yapılan haberlerin nicelik ve nitelik olarak değerlendirildiği bu çalışmanın ortaya çıkardığı veriler; haber verme, bilgilendirme, kültürel mirasın korunmasına ve ekonomik hayata katkı, gibi işlev ve görevlerin yerine getirildiğini, buna karşın tartışma zemininin oluşmasına katkı, demokrasiye katkı, denetim, eleştiri, köprü ve uyarı işlevi gibi görevlerin ise tam anlamıyla yapılmadığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Araştırmaya dayalı haberlere yeterince önem verilmediği, şehrin ve mahallelerde yaşayan halkın yerel sorunlarının haber bültenlerinde yer bulmadığı, yerel yönetimlerin faaliyetlerinin denetlenmesine yönelik haberler ile sivil toplum kuruluşlarının aktivitelerine yeterince verilmediği görülmektedir. Özellikle yerel yönetimler ve siyaset ile ilgili ortaya çıkan negatif tablo (eleştiri ve denetleyici haber azlığı), televizyonların genel sorunlarının (maddi sorunlar, kalifiye personel, teknolojik donanım) yanı sıra, demokrasi ve basın özgürlüğüyle ilgili sorunları da akla getirmektedir.

Konya'daki yerel televizyonlar insanlara yakın olanı ekrana taşımakta ancak demokrasinin tam anlamıyla yerleşmesi, yönetenlerin denetlenmesi ve kamuoyu oluşturma gibi konularda, yerel kanalların haber yayını anlayışlarını geliştirmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abraş, Güzin (2000), “Yerel Televizyonculuğun Sorunları ve Çözüm Yolları”, TGC-KAV Medya Projesi 16. Meslek İçi Eğitim Semineri, Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, Yalova-Esenköy, 25-26 Mayıs.
- Akbıyık, Ahmet: KONTV Haber Müdürü, Yüz yüze Görüşme, 02.01.2010.
- Akça, Emel Baştürk (2008), “Habercilikte Yeni Arayışlar ve Hak Haberciliği” BİA Haber Merkezi – İstanbul <http://www.bianet.org>. 11 Ekim 2008.
- Alankuş, Sevda (2005), “Haber ve Habercilik”, **Habercinin El Kitabı** Dizisi: 4, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Alankuş, Sevda (2006) “Yerelleşme ve Yerel Medya”, <http://www.bianet.org/diger/araştırma218htm>, 5 Temmuz 2006.
- Arabacı, Caner (2008), “Cumhuriyet Devri Konya Basını ve Gazetecileri” **Konya Kitabı XI Özel Sayı**, Konya Ticaret Odası Yayınları, Aralık 2008.
- Arık, Bilal (2009), “Hrant Dink Cinayetinin Haberlerinin Söylemi”, **Terör ve Haber Söylemi**, Der. Mustafa Şeker ve N. Tülay Şeker, Literatürk Yayınları, İstanbul.
- Arık, Bilal (2007), “Durum Komedilerindeki Mizahın İdeolojik Analizi”, **İletişim ve Ötesi**, Der. Bilal Arık ve Mustafa Şeker, Tablet Kitabevi, Konya.
- Arsan, Esra (2005), “Gazetecilik Üzerine Düşünmek” **Habercinin El Kitabı** dizisi:4, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Arslan, Umut Tümay (2002), “Haberde Yeni Olan Nedir?” **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 16, Ankara.
- Aslanbay, Ümit (1998), “TV Haberciliği ve Haber Tekniği”, I. Yerel Medya Eğitim Semineri, 12-13 Mart 1998, Diyarbakır.
<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/konusma6.htm>
- Aziz, Aysel (1999) **Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, TRT Genel Sekreterlik Basım ve Yayın Müdürlüğü, Ankara.
- Aziz, Aysel (1989), **Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler**, TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü Yayınları, No: 210, Ankara.
- Bağardı, Seyhan (1999), “Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri”, **Kurgu Dergisi**, Sayı: 16, Sayfa: 91-109.

- Bay, Nurettin (2007), **Radio ve Televizyon Yayıncılığı**, Nüve Kültür Merkezi Yayınları / Konya.
- Bayram, Fatih (2002) “Yerel Televizyon Haberciliğinin Haber Verme İşlevi Açısından Değerlendirilmesi ve Eskişehir İlinde Bir Uygulama Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bek, Mine Gencil (2005), “Yerel Medya İçin Alternatif Arayışlar”, XI. Yerel Medya Eğitim Semineri-Adıyaman, 26 - 27 Mayıs 2005.
http://www.byegm.gov.tr/seminerler/adiyaman-xi/adiyaman_15.htm.
- Bekiroğlu, Onur (2006), “Yerel Kamuoyunun Oluşumunda Yerel Basının Rolü”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Belovacıklı, Mete (2002), “Yerel Medya ve Demokrasi”, IX. Yerel Medya Eğitim Semineri, Tunceli, 09-10 Mayıs 2002
- Browne, Christopher (2001), **Habercinin El Kitabı**, MediaCat Yayınları, Ankara.
- Burhan, Sinan (1998), **Yerel Medya**, Sipas Ajans, Öz Emek Matbaa / Sivas.
- Cangöz, İncilay (2005), “Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın”, **Habercinin El Kitabı** Dizisi: 4, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Cankaya, Özden (1997), “Radio ve Televizyon Haberciliği, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Ders Notları, İstanbul.
- Curran, James (1997), **Medya ve Demokrasi, Yeniden Değer Bıçme**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Çukurçayır, M. Akif (2000), **Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi**, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Dağtaş, Erdal (2000), “Yerel Kültürün Biçimlendirilmesi ve Yerel Basın” **RTÜK İletişim**, Yıl: 3, Sayı: 16, Mart-Nisan 2000.
- Demirkent, Nezih (2007) “Türkiye’de Yerel Basın”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**.
- Demirkent, Nezih (2002), “Yerel Medyada Televizyonların Yeri ve Genel Sorunlar” **Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 10**, Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, 17-18 Temmuz 1999-Van, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Duran, Ragıp (2005), “Yurttaş Gazeteciliği”, **Habercinin El Kitabı** Dizisi: 4, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

- Dursun, Çiler (2005), “Haber ve Habercilik-Gazetecilik Üzerine Düşünmek”,
Habercinin El Kitabı dizisi: 4, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Duysak, Yasin: SUNTV Genel Müdürü, Yüz yüze görüşme, 12.01.2010.
- Erdoğan, İrfan: “Evrım, Devrim, Toplum ve Değişim”,
<http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/makaleler.htm>
- Erdoğan, İrfan “Televizyonda Dışa Bağımlılık ve Alternatif Olasılıkları”,
<http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/televizyon.html>
- Erdoğan, İrfan (2002), **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara.
- Erkan, Rüstem ve BAĞLI, Mazhar (2005), “Diyarbakır’da Seçmen Davranışı ve Seçmen Davranışının Oluşmasında Yerel Medyanın Rolü”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 4. Yıl: 2005.
- Ertan, Tayfun (1998), “Habercilik İlkeleri ve NTV Örneği” Yerel Medya Eğitim Semineri/1 Diyarbakır, 12-13 Mart 1998.
<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/konusma7.htm>
- Erten, Taylan (2002), “Ekonomi Haberlerinin Yerel Basında Değerlendirilmesi”, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 13, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, 29-30 Temmuz 1999-Konya, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Eryılmaz, Tuğrul (2005), “Muhabirliğe Kısa Bir Giriş”, **Gazetecilik ve Habercilik**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Esen, Selim (1984), “TV Haberciliği ve TV Yapım Teknikleri”, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, Eğitim Uygulama Merkezi, Ankara.
- Esen, Adem (2008), “Yerel Yönetim Üzerine Notlar”, **Kent Sohbetleri**, Okutan Yayıncılık, Konya.
- Gener, Cihangir (2001), “Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Yerel Yayıncılık” VIII. Yerel Medya Eğitim Semineri, 8-9 Kasım 2001, Mardin.
http://www.byegm.gov.tr/seminerler/mardin_viii/mardin_16.htm
- Gerçekler, Mustafa (2002), “Yerel Basın Nasıl Olmalı, Neler Yapmalı?”, IX. Yerel Medya Eğitim Semineri, 09-10 Mayıs 2002, Tunceli.
http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_19.htm
- Girgin, Atilla (2000), **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**, İnkılap Yayınları, İstanbul.

- Girgin, Atilla (1997), **“Türkiye’deki Yerel Basının Gelişmesi”**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Gökçe, Orhan (2001), **“Anadolu ve Küçük Yerel Televizyonlar”**, **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de Televizyon**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Gürcan, Halil İbrahim ve BAYRAM, Fatih (2005), **“Yerel Haberlerin İnternet Ortamında Görünümleri -Denizli, Eskişehir ve Erzurum Örnekleminde Bir Değerlendirme-” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Yıl: 2005, Cilt: 3, Sayı: 4, Sayfa: 53, Konya.
- Gürel, Nail (1996), **“Basında Sorumluluğun Çeşitli Boyutları”**, **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Cilt : 1, Yıl: 2, Sayı: 11, Ankara.
- Gürel, Nail (1998), **“Yerel Medyanın Sorunları”**, I. Yerel Medya Eğitim Semineri, 12-13 Mart 1998, Diyarbakır.
<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/konusma6.htm>
- Gürel, Nail (2002), **“Açış Konuşmaları” Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 13**, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, 29-30 Temmuz 1999, Konya, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Güven, O. Özgür (2007), **“Küreselleşme Yerelleşme ve Yerel Medya”**, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**.
<http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/televizyon.html>.
<http://www.konya.gov.tr>
<http://www.konyatv.com.tr>
<http://www.ktv.com.tr>
http://www.medyakronik.com/arsiv/index_eylul3.asp#ey29-3
<http://www.rtuk.org.tr>
<http://www.suntv.com.tr>
<http://www.universitetelevizyonu.com>
- İşık, Metin (1998), **İletişimden Kitle İletişimine**, Mikro Yayınları, Konya, 2000.
- İçel, Kayıhan (1998), **Kitle Haberleşme Hukuku**, Dördüncü Basım, Beta Yayınları, Yayın No: 256, İstanbul.
- İlkiz, Fikret (2002), **“Basın-Yayın ve Hukuk” Yerel Medya Eğitim Seminerleri - 9**, Tunceli, 09-10 Mayıs 2002.
http://www.byegm.gov.tr/seminerler/tunceli_ix/tunceli_17.htm

- İnal, Ayşe (1996), **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları, İstanbul.
- İnceoğlu, Yasemin (1997), **Uluslar arası Medya** Der Yayınları, İstanbul.
- İskeçe, Rengin Ozan (2000), “Türkiye’de Yerel Televizyonculuk Anlayışı ve Demokratik Yaşam İçerisindeki Yeri”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Kalender, Ahmet (2000), **Siyasal İletişim**, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kalender, Ahmet (2002), “Demokrasilerde Yerel Basının Önemi”, **Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 13**, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, 29-30 Temmuz 1999-Konya, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Karaca, Fatih (2005), “Radyo Televizyon Üst Kurulu’nun Görevleri”, **Rekabet ve Medya**, 19. Türk – Alman Gazeteciler Semineri, Conrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Kars, Neşe (1996), “Televizyonda Sermaye ve Haber”, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, Cilt: 11, Yıl: 2, Ankara, 1996.
- Kaya, Raşit (1999), “Televizyon: Medyanın Amiral Gemisi ya da Globalleşmenin Taşıyıcısı”, **Yıllık 1999**, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Kaypakoğlu, Serdar (2002), “Küresel ve Yerel Medyada Gelişmeler”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Yıl: 2002, Sayı: 16.
- Kazaz, Mete (2007), **Televizyon Spor Haberleri**, Nüve Kültür Merkezi Yayınları, Konya.
- Kırlar, Safiye (1997), “Olağanüstü Hallerde Yerel Basın Nasıl Olmalı?” Türkiye Gazeteciler Cemiyeti **Yerel Medya Eğitim Seminerleri Dizisi: 2**, 4 Kasım 1997, Diyarbakır.
- Kolaylı, Nuri (1998), “Bursa Basını ve Medyaya Genel Bakış”, <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/BurKonusma7.htm>, 1998.
- Köseoğlu, Ahmet (2008), “Konya’da Medyanın (TV) Tarihi ve Gelişim Seyri” **Konya Kitabı XI Özel Sayı**, Konya Ticaret Odası Yayınları, Aralık 2008.
- Kurşun, Ahmet Kadri (2007), “Yerel Basının Yerel Siyasi Katılıma Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**.

- Mora, Necla (2002), “Günümüz Erzurum Yerel Basını”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 12.
- Mutlu, Erol (1999), **Televizyon ve Toplum**, TRT Yayınları, Ankara.
- Mutlu, Erol (1998), “Yerel Basın ve Demokrasi”, II. Yerel Medya Eğitim Semineri, 11-13 Haziran 1998, Trabzon. <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/trabzon-ii/trabzon.htm>.
- Nalcıoğlu, Belkıs (2007), “Türkiye’de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri, Türkiye’de Yerel Basın, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**.
- Olçayto, Turgay (2002), “Türkiye’de Televizyon Haberciliği, Televizyon ve Radyo Haberciliğinin Özellikleri-Günümüz Televizyon Haberciliğine Eleştirel Bir Bakış- Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, **Yerel Medya Eğitim Seminerleri Dizisi-3**, Adana, 24-25 Aralık 1997. Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Orhon, E. Nezih (2004), “Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberleri-Teknolojik ve İdeolojik Boyutuyla Metalaşan Televizyon Haberleri”, A.Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No: 53, Eskişehir.
- Oskay, Ünsal (1997), **Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş**, Der Yayınları, İstanbul.
- Öger, Vural (2005), “Yurtdışı haberleri Medya Rekabetinden Olumsuz Etkileniyor” **Rekabet ve Medya**, 19. Türk – Alman Gazeteciler Semineri, Conrad Adenauer Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Özçağlayan, Mehmet (2000), “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt:1, Sayı: 2, Ocak 2000, Konya.
- Postman, Neil (1994), **Televizyon: Öldüren Eğlence**, (Çev. Osman Akınhay), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Rigel, Nurdoğan (1991), **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul.
- Schiller, Herbert (1993), **Zihin Yönlendirenler**, (Çev. Cevdet Cerit), Pınar Yayınları, İstanbul.
- Shallow, Norman (1973), **Televizyonun Gerçek Gücü** (Çev. Ayseli Usluata), İstanbul Reklam Yayınları, İstanbul.

- Solak, Mehmet Ali (2005), “Medya Konsantrasyonu ve Görüş Çeşitliliği”, **Rekabet ve Medya**, 19. Türk-Alman Gazeteciler Semineri, Conrad Adenauer Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Şahin, Haluk: (1998), “Basın Etiği-TV Haberciliği” I. Yerel Medya Eğitim Semineri, 12-13 Mart 1998. Diyarbakır.
<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/konusma6.htm>
- Şahin, Haluk (2003), “Canlı, kanlı ve heyecanlı”
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=97083>, 29/11/2003
- Şeker, Mustafa (1999), **Televizyon Haberciliği**, S.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, Konya.
- Şeker, Mustafa (2007), **Yerel Gazeteler**, Tablet Kitabevi, Konya.
- Şeker, Mustafa (2009), “Dağlıca Baskını Haberlerinin Söylemi”, **Terör ve Haber Söylemi**, Der. Mustafa Şeker ve N. Tülay Şeker, Literatürk Yayınları, İstanbul.
- Şeker, Mustafa (2007), “Film Tadında Haber”, **İletişim ve Ötesi**, Der. Bilal Arık ve Mustafa Şeker, Konya.
- Talu, Umur (1999), “Basın Etiği” Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, Yerel Medya Eğitim Seminerleri Dizisi, Samsun, 1999. <http://www.tgc.org.tr/ybs/05-00.htm>.
- Timisi, Nilüfer (1998), “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri”, **Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 1997-1998.
- Tokgöz, Oya (2001), **Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi**, İletişim Yayınları.
- Turan, Ahmet: “KONYA TV Genel Yayın Yönetmeni”, Yüzyüze görüşme, 02.01.2010.
- “**Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Hak ve Sorumluluk Bildirgesi**”, (2008), Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.
- Uyguç, Ünal ve GENÇ, Ali (1998), **Radio Televizyon Haberciliği**, İ.Ü.S.B.E. Yayınları, İstanbul.
- Uzun, Ruhdan (2006), “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 16.
- Varlı, Ali Murat (2003), “Kocaeli’de Yerel Televizyonlar, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

- Vural, Ali Murat (1999), **Yerel Basın ve Kamuoyu**, A.Ü. Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 607, Eskişehir.
- Vural, Ali Murat (2000), “Radyo ve Televizyonlarda Haberin Algılanışı, Toplanması ve Değerlendirilmesi”, Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, Yerel Medya Eğitim Seminerleri Dizisi, Malatya. <http://www.tgc.org.tr/ybs/18-00.htm>.
- Yerel Basın Kurultayı Uzmanlık Komisyonu Raporları (1992) Çukurova** Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, No:3, Adana.
- Yalın, Etem (2004), “Elazığ’da Yerel Medya Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Sözü Yalını, http://www.elaziz.net/yazar/etem/elazigda_yerelmedya_sorunlari.htm (01.07.2004).
- Yaşa, Mehmet: KTV Genel Yayın Yönetmeni, Yüzyüze görüşme, 02.01.2010.
- Yüksel, Erkan (2002), “Yerel Medya Çalışanlarına Uygulanan Bir Trafik Kazası Sınavının İçerik Analizine Dayalı Değerlendirmesi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Sayı: 12**.
- Yüksel, Erkan (2001), **Medyanın Gündem Belirleme Gücü**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Yüksel, Erkan ve GÜRCAN, H.İbrahim (2005). **Haber Toplama ve Yazma**. : Tablet Kitabevi, Konya.

EKLER

Ana Haber Bülteni – KONTV	01.04.2009 – 07.04.2009
Ana Haber Bülteni – ÜNTV	01.04.2009 – 07.04.2009
Ana Haber Bülteni – SUNTV	01.04.2009 – 07.04.2009
Ana Haber Bülteni – KTV	01.04.2009 – 07.04.2009
Ana Haber Bülteni – KONYA TV	01.04.2009 – 07.04.2009