

T.C
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI

Kurbani GEYİK

DOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NDE YEREL TELEVİZYON
YAYINCILIĞI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

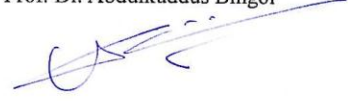
TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Abdulkuddüs BİNGÖL

ERZURUM-2008

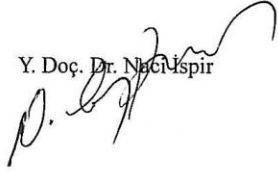
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu çalışma, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı'nda jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir


Prof. Dr. Abdulkuddüs Bingöl



Y. Doç. Dr. Naci Nispir



Y. Doç. Dr. Fatma Geçikli



Yukarıdaki imzalar, adı geçen öğretim üyelerine aittir. .../.../...

Prof. Dr. Vahdettin BAŞÇI
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	V
ÖZET.....	<u>VII</u>
ABSTRACT.....	<u>VIII</u>
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1 Televizyon.....	1
1.2. Televizyonun Tarihçesi.....	2
1.3. Televizyon Yayıncılığı.....	6
1.4. Türkiye’de Televizyon ve Gelişimi	10
İKİNCİ BÖLÜM.....	22
2. YEREL YAYINCILIK VE YEREL TELEVİZYONLAR.....	22
2.1. Yayıncılıkta Adem-i Merkezileşme Anlayışı.....	24
2.2. Yerel Medya ve Kamuoyu	27
2.3. Dünyada Yerel Televizyon Yayıncılığının Başlaması	34
2.4. Türkiye’de Yerel Televizyon Yayıncılığı.....	38
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	47
3. DOĞU’DA TELEVİZYON YAYINCILIĞI.....	47
3.1. Kanal 25 Tv.....	47
3.1.1. Personel Durumu.....	47
3.1.2 Teknik Donanım.....	48
3.1.3. Kanal 25 TV’nin Gelir Kaynakları	50
3.1.4. Kanal 25 TV’nin yayın akışı.....	51
3.2. CAN TV	56
3.2.1 Personel Durumu.....	57
3.2.2 Teknik Donanım.....	57
3.2.3 Can TV'nin Gelir Kaynakları	58
3.3. ERT TV	58
3.3.1. Personel Durumu.....	59

II

3. 3.2 Teknik Donanım.....	59
3.3.3 ERT TV'nin Gelir Kaynakları	59
3.3.4 ERT TV'nin Yayın Akışı.....	60
3.4 İĞDIR TV	61
3.4.1 Personel Durumu.....	62
3.4.2 Teknik donanım	62
3.4.3 İğdır TV'nin Yayın Akışı.....	63
3.4.4. İğdır TV'nin Gelir Kaynakları.....	65
3.5. SERHAT TV	65
3.5.1. Personel Durumu.....	66
3.5.2. Teknik Donanım.....	66
3.5.3 Serhat TV'nin Gelir Kaynakları.....	67
3.5.4 Serhat TV Yayın Akışı.....	67
3.6 Doğu'daki Yerel Televizyonların Ortak Sorunları	69
3.6.1 Eleman Açısından	69
3.6.2 Teknik Açıdan.....	69
3.6.3 Ekonomik Açıdan.....	70
3.6.4 Yayın Politikası.....	70
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	72
4. KANAL 25 TV ÖLÇEĞİNDE İZLEYİCİ GÖZÜYLE YEREL TELEVİZYON.....	72
SONUÇ	112
KAYNAKÇA	114
EK	117
ÖZGEÇMİŞ	124

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa No

Tablo 1. Kanal 25 TV Haftalık Yayın Programı.....	56
Tablo 2. ERT TV Haftalık Yayın Akışı.....	61
Tablo 3. Iğdır TV'nin Haftalık Yayın Akışı	64
Tablo 4. Serhat TV'nin Haftalık Yayın Akışı.....	68
Tablo 5. Düzenli Televizyon İzleme Süresi.....	74
Tablo 6. Düzenli Televizyon İzleme Süresi.....	75
Tablo 7. En sık Televizyon İzlenen Kanal Eğitim İlişkisi Tablosu	76
Tablo 8. En Çok İzlenen Ulusal TV Kanalları Cinsiyet İlişkisi	78
Tablo 9. Tercih Edilen Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi.....	80
Tablo10. Eğitime Göre TV'de Program İzleme İlişkisi.....	81
Tablo 11. Yerel Televizyon İzleme Eğitim İlişkisi Tablosu.....	84
Tablo 12. Yerel TV İzleyenler İçinde Her Gün Yerel TV İzleyenlerin Oranı	84
Tablo 13. Günde Yerel TV İzleme Süresi.....	85
Tablo 14. Eğitim Durumu Erzurum'da Meydana Gelen Gelişmelerle İlgili Bilgi Sağlamada Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı	86
Tablo 15. Eğitim Durumu Yayın İçeriği Açısından Takip Edilen Kitle İletişim Aracı İlişkisi.....	88
Tablo 15a. Yerel TV'de İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu.....	89
Tablo 15b. Yerel TV'de İkinci Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi.....	90
Tablo 15c. Yerel TV'de Üçüncü Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi.....	91
Tablo 16a. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyon Kanallarından Farklı Olarak İzlenen Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu.....	92
Tablo 16b. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyon Kanallarından Farklı Olarak İkinci Derecede İzlenen Programlar ve Cinsiyet İlişkisi	93

IV

Tablo 16c. Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyon Kanallarından Farklı Olarak Üçüncü Derecede İzlenen Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu.....	94
Tablo 17. Yerel Televizyon Kanalının Verilen Ölçütlere Göre Değerlendirilmesi	94
Tablo 18a. Yerel Televizyon Kanallarında Görmek İsteddiğiniz Ancak Yayınlanmayan Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi.....	96
Tablo 18b. Yerel Televizyon Kanallarında İkinci Derece Görmek İstedğiniz Ancak Yayınlanmayan Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi	98
Tablo 18c. Yerel Televizyon Kanallarında Üçüncü Dereceden Görmek İstedğiniz Ancak Yayınlanmayan Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi	99
Tablo 19. Yerel Televizyon Kanallarının Veriler Üzerindeki Etkisi	100
Tablo 20. Yerel TV'ye Güven Cinsiyet İlişkisi	101
Tablo 21. Yerel TV&ye Güven Eğitim İlişkisi.....	102
Tablo 22. Hemşerilik Bağları.....	103
Tablo23a. Yerel TV'nin Yayın Sebebi ve Cinsiyet İlişkisi	104
Tablo 23b. Yerel TV Yayınlarının İkinci Derece Sebebi ve Cinsiyet İlişkisi	106
Tablo 23c. Yerel TV'nin Üçüncü Derece Yayın Sebebi Cinsiyet İlişkisi	107
Tablo 24. Beklentileri Karşılama Eğitim İlişkisi	108
Tablo 25. Beklentileri Karşılama Eğitim İlişkisi	109
Tablo 26. Beklentileri Karşılama Cinsiyet İlişkisi.....	111

ÖNSÖZ

Türkiye'de 1990'lı yıllarda radyo ve televizyon yayıncılığında yaşanan ulusal boyuttaki gelişmeler yerel televizyon kanallarına da bir örnek teşkil etmiş, ulusal ve yerel televizyon kanalları kısa sürede çoğalmıştır.

Ulusal yayın yapan TV istasyonlarının birçoğunun tek bir elde toplanması çok sesliliğin önünde önemli bir engel olurken, yerel TV istasyonları arasında çok büyük farklılıklar görülmektedir. Komşu illerde yayın yapan yerel TV kanallarının bile yayın politikasında büyük farklılıklar olduğu dikkat çekmektedir. Bu nedenle tek sesli ulusal medya karşısında yerel medyanın varlığı çok önemli görülmektedir.

Halkların sesi, gözü ve kulağı konumunda bulunduğu düşünülen yerel TV istasyonlarının Doğu Anadolu Bölgesindeki durumu maalesef arzu edilen durumda değildir. Bölgenin ekonomik anlamda diğer bölgelerden geri kalmış olması yerel TV istasyonlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Reklam bulmakta sıkıntı yaşayan TV istasyonları, ayakta kalabilmenin mücadelesi içerisinde. Ekonomik sorunlarla bağlantılı olarak istihdam edilen elamanların birçoğunun eğitim seviyesinin düşük olduğu görülmektedir. Bu nedenle üretilen ürünün kalitesizliği sorunu yaşanmaktadır.. Yapılan haber, kültür sanat ve spor programları ulusal medya ürünlerinin bir kopyasıdır. Program yapımcıları ve sunucularının tecrübesizliği ve kültür ve eğitim seviyelerinin düşük olması bu sıkıntıyı daha da artırmıştır.

Yine mali sıkıntıları nedeniyle TV istasyonlarının kullandığı teknik malzemeler de çok eskidir. Kullanılan kameralar, bilgisayarlar ve stüdyolar, gerçek manada ihtiyacı karşılayamamaktadır. Buna bağlı olarak sunulan ürünün kalitesizliği daha da artmaktadır. Bu nedenle bölgede bazı TV istasyonları sağlıklı yayın yapmakta sıkıntı yaşamaktadır. Teknik personelin yetersiz kalması TV istasyonlarının görüntülerinin bozuk olmasına ve sorumlu oldukları bölgenin tamamına ulaşamamasına yol açmıştır. Bu durum da yerel kanallarının bölgedeki etkinliğini zayıflatmaktadır.

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NDE YEREL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Kurbani Geyik

Danışman: Prof. Dr. Abdulkuddüs Bingöl

2008-SAYFA: 124

Jüri: Prof. Dr. Abdulkuddüs Bingöl

Yrd. Doç. Dr. Naci İspir

Yrd. Doç. Dr. Fatma Geçikli

Bu çalışmanın amacı, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan yerel televizyon kanallarının teknik ekipman ve personel durumu ile birlikte yayınların içeriğinin analizini yapmak ve üstlendikleri misyon gereği sorumlulukları taşıyıp taşımadıklarını ortaya koymaktır.

Birinci bölümde, yerel televizyon yayıncılığının tanımı, dünyada ve Türkiye'deki tarihi gelişim süreciyle ilgili bilgilere yer verilmiştir.

İkinci bölümde, yerellik kavramı ve yerel yayıncılık, yerel kamuoyu ve yerel yayıncılığın dünyada ve Türkiye'deki gelişim süreci analiz edilmiştir.

Üçüncü bölümde, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan yerel televizyon istasyonları ile ilgili ayrıntılı bilgiler yer almaktadır. Bölgedeki televizyon kuruluşlarından Erzurum'da Kanal 25 TV, Erzincan'da CAN TV ve ERT TV, Iğdır'da Iğdır TV ve Kars'ta yayın yapan Serhat TV'nin personel durumu, kullanılan teknik malzemeler, yayın akışı ve yayınlanan programlarla ilgili derlenen veriler değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde, Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerden Erzurum'da yayın yapan Kanal 25 TV ölçeğinde izleyici gözüyle yerel televizyonlar değerlendirilmiştir.

ABSTRACT

MASTER THESIS

LOCAL TELEVISION BROADCAST IN EASTERN ANATOLIA

Kurbani Geyik

Supervisor: Prof. Dr. Abdulkuddüs Bingöl

2008-PAGE: 124

Jury: Prof. Dr. Abdulkuddüs Bingöl

Asist Doç. Naci İspir

Asist Doç. Fatma Geçikli

The aim of this investigation is biring up the local TV channels which broadcast in Eeastern Anadolia technical equipments and staff canditions, analyze to their distributions and reveal if they take their responsibilities or not.

In part one, there are soma information about TV, definition of TV broadcasting, historical, devolopment process in Türkiye and in the World.

In seconhd part, analyzied that meaning of locality, definition of TV broadcasting, historical, devolopment in Türkiye.

In third part, there are more detail informations about local TV channels which broadcast in Eastern Anatolia. Some of the local TV channels in area, Channel 25 in Erzurum, CAN TV and ERT TV in Erzincan, Iğdır TV in Iğdır, Serhat TV in Kars, theirs program, theirs program schedules, conditions of staff and technical equipments are examined.

In fourth part, Channel 25 TV's distributions which is a TV channel that broadcast in Erzurum are appraised as a spectator.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Televizyon

Televizyon, kelime anlamı Yunanca ve Latince'ye dayanmaktadır. "Tele" Yunanca'da "Uzak" anlamına, "Vidi" ise Latince'de "görme" anlamına gelmektedir. Kelimelerin birleşimi ise "uzaktan görme" anlamındadır. Televizyon gerçek veya kaydedilmemiş sahnelerin geçici görünür görüntüsünü elektriksel haberleşme sistemi aracılığıyla uzaktan anında meydana getirme tekniğidir.

Televizyon, bugün teknolojinin geliştirdiği ve ortaya koyduğu en önemli kitle haberleşme aracıdır. Sesi ve görüntüyü ayrı ayrı uzak mesafelere ulaştırmaya çalışan insan, geliştirdiği teknolojiyle ses ve görüntüyü birlikte veren aracı bulmuştur. Televizyon adı verilen bu araç, bugün toplumları etkileyen en önemli kitle haberleşme aracıdır. Toplumların, haberleşme, eğitim, eğlence gibi gereksinimlerini görüntüyü de ekleyerek karşılayan bu araç bugün en geniş izleyici kitlesine sahip olmuş ve bu sebeple de en güçlü kitle iletişim aracı olarak ilk sırada yerini almıştır. Televizyon ülkede ve dünyada olan bitenleri ve bizi ilgilendirecek her türlü olayları sesten daha da etkileyen görüntüsü ile vererek insanları olayları yerinde seyreden kişiler durumuna getirmektedir. Kamuoyunun daha etkili biçimde oluşması, mal ve hizmetlerin tanıtılması gibi fonksiyonları olan televizyon, insanların günlük hayatlarını bile etkileyebilecek güce erişmiştir.

Özellikle televizyonun toplum üzerindeki önemli etkileri göz önüne alınarak bu anlamda hizmet veren kuruluşların görev ve sorumluluklarının yasayla belirlenmesi gereği doğmuştur. Bu tür düzenleme gereği, Uluslar arası alanda da kendini göstermiştir. Televizyon yayınlarında kullanılan uyduların hukuki statülerinin düzenlenmesi hem televizyon kuruluşlarını hem de hükümetleri düşürmüş, bu alanda uluslar arası sözleşmeler imzalanmıştır.¹

Televizyonun bugün toplumlar arasında duygu ve düşünce birliği sağlamada, kültürün korunmasında ve alış verişinde, insanların haber alış-verişinde, eğitim öğretim ve eğlence gibi önemli gereksinimlerinin karşılanmasında ne kadar etkili araç olduğunu

¹ Uyguç Ünal, Radyo Televizyon Haberciliği, Avcıol-Basın Yayım, İstanbul, 1998, 44

bilmekte yarar vardır.

1.2. Televizyonun Tarihçesi

Televizyonun bulunuşunda birçok kişinin, ilim adamının rolü olmuştur. Değişik zaman ve yerlerde yapılan buluşlar sonucu televizyon tekniği bugünkü duruma gelmiştir. Bir ilim adamının kuramsal olarak ortaya attığı bir buluş, diğeri tarafından kanıtlanmış, aynı buluş değişik ülkelerde farklı kişilerce yapılmıştır. Televizyonun görüntüsel niteliğinden ötürü daha karmaşık bir tekniğe sahip oluşu, bu buluşların yavaş gelişmesine neden olmuştur.

Televizyonun icadı tek bir olay ya da bir olaylar dizisi de değildir. Televizyon icadı elektrik, telgraf, fotoğraf, sinema ve radyodaki icatların tamamıyla yakından ilgilidir. Diğer tüm icatlar televizyonun icadına giden yolun birer basamağıdır.

Televizyonun bulunuşuna gerek yayın olarak ses ve görüntünün aktarılmasına, gerekse bunu alacak özel araçların yapılmasına, emeği geçen kişiler oldukça fazladır. Ancak televizyon tarihine geçmiş belli başlı kişiler olarak May, Nipkow, Jenkins, Baird, Farnsworth, Zworykin gibi adlar verilebilir.²

Televizyon görüntülerinin gelişmesinde bazı optik bilgilerin kazanılması ve geliştirilmesi gerekmiştir. Bu gelişmeler, mercekler üzerinde yapılan çalışmalardan başlayıp fotoğraf makinesi, sinema filmi ve projeksiyon makinesinin ortaya çıkmasına kadar uzanmaktadır. Rönesans döneminde Avrupa'da bilim adamları ve ilizyonistler "Camera obscura" görüntüleri üzerinde deneyler yapmışlardır. Bu görüntüler aslında herkesin rahatça evlerde yapabileceği bir deneyim sonucuydu. Örneğin küçük karanlık bir kutunun bir kenarından çok küçük bir delik açılırsa dışarıdaki bir şeklin görüntüsü karşı kenara ters olarak yansıtılabilir. Leonardo da Vinci bu görüntülerle ilgilenmiş ve "camera obscura"nın özelliklerini ve bazı ilkelerini sistemli bir şekilde açıklamıştır. Leonardo da Vinci'nden başlayarak bu bulgular karanlık odanın küçülmesi ve mercek ilavesiyle bugünkü fotoğraf makinesinin temelini atmıştır. Fotoğraf makinesinin geliştirilmesiyle sinema makinesi ortaya çıkmıştır. Cama boyanmış bir resim üzerinde güneş ışığı yerine

² Aziz Aysel, Televizyon ve Radyo Yayıncılığı, Turhan Kitapevi, Ankara, 2006, 27

kullanacağımız yapay ışık tutarak bir mercek aracılığıyla camdaki resmi karşıdaki perdeye büyütülmüş olarak yansıtılabileceği anlaşılmıştır. 17. yüzyılda da sihirli lamba denilen bu buluş günümüzdeki slâyt projektörüne uzanan yolun ilk adımını oluşturmaktadır. 17. yüzyıldaki “sihirli lamba gösterileri” için saydam resim slâytları hazırlamak hem çok zaman alıyor hem de bu resimler gerçeği değil sanatçıların gerçekle ilgili izlenimlerini yansıtıyordu. Bundan sonra atılacak adım “camera obscura”nın görüntülerin bir fiziki ortam üzerinde sürekli tutabilmenin yolunu bulmaktır. 19. yüzyılın başından çok daha önce bazı kimyasalların (özellikle gümüşün çeşitli tuzları) ışığa tutulduğunda hızla değiştiği biliniyordu. 1830'ların sonlarında Fransız Louis Daquarre geliştirdiği bir işlemle görüntüleri gümüş iyodürle kaplı bakır bir levha üzerinde yakalamayı başarmıştır. Kendi adıyla anılan bu buluş (Daquarre Yepe) hemen kullanılmaya başlandı. Örneğin 1850'lerde Amerika'da binin üzerinde fotoğrafçı senede 3 milyondan fazla fotoğraf üretiyordu. 1800'lerde Amerika'da birkaç rakip firma esnek film için patent (ruhsat) çıkarmaya başlamış; bunlardan George Eastman firması Nitro Melulos filmin en kullanışlı esnek film olduğunu kanıtlayarak büyük ün yapmıştı. Eastman firması aynı zamanda 1888 yılında kodak fotoğraf makinesini piyasaya sürerek amatör fotoğrafçılığı da başlatmıştır. Bundan sonra atılacak adım resimleri hareket ettirmek olacaktır.³

Hareketli resim görüntüsü her biri diğerinden biraz daha farklı resim dizisini hızla hareket ettirilmesiyle elde edilir. Aslında bu bir göz yanılsamasıdır. İnsan gözünün önünde saniyede hızla 15 resim geçirildiğinde hareketli görüntü izlenimi vermez ancak birbirinden daha çok farklı resim daha hızlı biçimde geçirildiğinde yumuşak ve sürekli bir belirgin hareket akışı izlenir. Günümüz sinema filmleri standart projeksiyon oranı saniyede 24, televizyonda 30 resimdir. 1890'lı yıllarda fotoğraf ve hareketli görüntünün temel kuramları ortaya konmasına karşın hareketli görüntüleri seslendirmek ya da havadan işitsel sinyaller gönderebilmek için elektromanyetik alandaki bilgilerin olgunlaştırılması gerekiyordu.

Elektrik iletişim amacıyla ilk defa 1844'de seçkin bir portre ressamı ve Daquerret Yepe fotoğrafçısı olan Seamuell F.B Morse tarafından 1844'de kullanılmıştır. Morse Washington D.C.V Baldirnorç arasında çekilen telgraf hattından bir mesaj göndererek ilk

³ Tekinalp Şermin, Elektronik Kitle İletişim ve Değişim, Beta Yayınları, 1990, 3

uzun mesafe telgraf sistemini kurmayı başarmıştır. Bu olaydan sonra Amerika bir baştan diğer başa telgraf hatlarıyla donatılmış. 1861'de ilk kıtalar arası hat çekilmiştir. En basit telgraf sisteminde bir elektrik akımı kaynağı (piller ve akümülatörler) hatta bağlanır ve bir verici vasıtasıyla bu elektrik akımı çeşitli aralıklar kesilerek alıcıya gönderilir. Burandan gönderilen iletinin içeriği nokta çizgilerle şifrelendiği için kullanım alanı kısıtlıdır. Daha ileri ki aşamada gerçek seslerin (insan sesi, müzik) elektrik telleriyle kesintisiz olarak karşı tarafa aktarılması gerekiyordu. 1870'li yıllarda yüzlerce Amerikalı ses dalgalarını elektrik enerjisine dönüştürecek bir iletim sistemi geliştirmek için çalışmışlardır. Asbıl nad bu buluşun yapılabilmesi için ses dalgalarını elektriğe şifre edecek mikrofonunu ve elektrik sinyallerini yeniden ses dalgalarına dönüştürecek bir alıcının bulunmasına bağlıydı. 1876'da Alexander Grahambell ilk kullanılabilir telefonu bu temel üzerinde geliştirerek insan sesinin elektrik dalgalarını çevirip kablolar aracılığıyla uzağa taşınması olayını yaratmıştır. Ancak insan sesini kablo kullanmadan doğrudan radyo dalgalarıyla kitlelere yayabilmek için aradan bir çeyrek yüzyıl geçmesi gerekiyordu.⁴

Ses dalgaları elektrik enerjisine dönüştürülebiliyorsa ışık dalgalarını da elektrik sinyallerine dönüştürmenin bir yolu olmalıydı. Bunun gizi ise bazı maddelerin elektrokimyasal özelliklerinde saklıydı. Işığı emen maddelerin aksine elektronla bombardıman edildiğinde ışığı iten fosfor üzerinde çalışmak bilim adamlarını televizyon alıcısını buluşuna götüren yolu biraz daha kısaltmıştır. Ancak tam bir televizyon görüntüsü için ayrıntılar üzerinde daha çok çalışmak gerekiyordu. Her gönderme noktasını (seleniumcell) her görüntü noktasına (phosphorous dot) bağlamak için on binlerce kablo kullanmak olanaksız olduğuna göre resmi minik parçalara nokta nokta birbiri ardına bir kabloyla göndermek için bir sistem geliştirmek için çalışılmıştı. Bir çeşit tarama sistemi diyebileceğimiz bu sistemde resim iğne ucu gibi taranarak her karanlık ve aydınlık noktaya elektrik bilgi akımı gönderilir.

19. yüzyılın başlarında Volta ve Faraday'ın elektriği bulmalarıyla başlayan teknik gelişim dizinimi, görüntünün uzağa iletim fikrini doğurmuştur. İrlandalı telgrafçı May, televizyonla ilgili ilk teknik buluşu gerçekleştiren kişi olarak tarihe geçmiştir. May ışık

⁴ Tekinalp, age, 4

dalgalarını elektrik akımına çevirmeyi başararak büyük bir çığır açmıştır.⁵

May, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini ve selenyum adlı kimyasal maddenin elektriğe karşı dirençli olduğunu ve bu direncin güneş ışığında daha da azaldığını buldu. May'ın bu buluşundan 10 yıl sonra bir Alman bilim adamı Paul Nipkow, bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirdi. "Döner disk" adı ile anılan bu aracın içine yerleştirilen kare delikler küçük bir delikten geçirilerek verilen elektrik ışınları ile baştan başlayarak dönerek taranmakta ve bu taranan yerler ışık ve gölge olarak bir diğer yerde görüntü olarak elde edilmekteydi. Bu araç, görüntüyü başka yere aktaran ilk araç olması bakımından önemli bir buluştur. Daha sonra bu konuda yapılan çalışmalar bu döner diskin geliştirilmiş şekillerinden başka bir şey değildir. Nipkow'un bu buluşuna benzer bir çalışma Lazarre Weilller tarafından 1899 yılında denenmiştir.

Nipkow'un döner diskinin geliştirilmesiyle ortaya çıkan bu televizyon yayınları yanında, görüntünün çok net elde edilememesinden dolayı bilginler, fizikçiler görüntünün net olarak aktarılmasını sağlayan bir başka teknik konusunda araştırmalar yapmışlardır. Bu tekniğin aslı ise görüntüyü elektronik yöntemlerle tarayarak vermekte idi. Konu ile ilk olarak ilgilenen Hertz gelmekte ise de önemli buluşların, denemelerin İngiliz Alan Campbell Swinton ile Rus bilgini olan Boris Rosing tarafından ayrı ayrı yapıldığını belirtmek gerekir. Elektrik mühendisi olan Swinton ile Rosing yaptıkları denemelerle katod ışınlarından görüntü aktarmada yararlanabileceğini, elektronların boşlukta yer değiştirirken televizyon sinyallerini göndermede ve bu sinyallerin alıcı tarafından alınmasında kullanabileceğini kanıtladılar. Daha sonra Chambell, buluşunda bir adım daha atarak televizyon kamerası için gerekli olan mozaik adlı bir aracın ışık enerjisini elektrik enerjisine çevrilebileceğini buldu. Görüntünün elektronik olarak nakledilmesini amaçlayan bu çalışmaların uygulama alanına konulması Rosing'in öğrencisi Vlademir Zworykin tarafından yapılan deneyimlerle oldu. Amerika Birleşik Devletleri'nde denemelerini yapan Rus bilgini, ikonoskop adını verdiği ve elektronik taramada kullanılan aracı geliştirerek ilk elektronik tarama ile görüntü yayını gerçekleştirdi. Bu araçla eşyalar satır satır çok çabuk olarak taranıyor ve insan gözünde sürekli bir resim geçiyor hissini veriyordu. Elektrik

⁵ Bay Nurettin, Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, NKM, İstanbul, 2007, 41

dalgalarıyla yapılan bu deneyimler sonucunda televizyonun kamu yararına kullanabileceği umudu güçlendi.⁶

1923 yılında Amerikalı bilgin Jenkis ve daha sonra İskoç bilgin Jhon Baird tarafından bulunan tüpler ve Hertz dalgaları kullanılarak televizyon bulunuşuna dönüştürülmüştür. Bunun içindir ki, 26 Ocak 1926'da Jhon Logie Baird'in, saniyede 28 satırla 12,5 kare taranan ilk gösterisini gerçekleştirdiği tarih televizyonun bulunuş tarihi olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten tam 3 yıl sonra sonra ise İngiltere'de uzun dalga yayın yapan Deventry vericisi ile ilk düzenli televizyon yayıncılığı başlamıştır.⁷

Elektronik taramada gelişme, 1930 yılında Philo Farnsworth'un denemeleri ile olmuştur. Farnsworth, verici ile alıcı arasında etkili bir senkronizasyon olması üzerinde durdu. Böylece vericiden verilen görüntü sinyallerinin elektromanyetik dalgalar aracılığıyla alıcılarda daha net bir biçimde izleme olanağı elde edilmiş oluyordu. 1927 yılında elektronik televizyon sistemi için patent başvurusu yaptı. 1928 yılında Westinghouse Corporation'da deneysel ilk yayını gerçekleştirdi. Bunun 1930 yılında NBC'nin ilk deneme yayını izledi. 1931 yılında ilk kez bu teknikle çalışan alıcıların yapımına başlandı. 1932 yılında ise radyo ve televizyon frekanslarının aynı olmasının televizyon yayınlarını eklediği görüldü ve VHF'e (Very High Frequency – Çok Yüksek Frekans) geçildi. Daha sonraki yıllarda ise görüntü bandı yanında ses bandında da gelişmeler oldu. Amerikalı Edwin Armstrong 1935 yılında FM (Frequency Modulation) ses bandını geliştirdi ve ilk FM istasyonu yayını başladı. Bu yolla ilk görüntü yayını New York'dan Philadelphia'ya gönderilen görüntülerle yapıldı. 1939 yılında ise düzenli, programlı yayınlar başlatıldı.⁸

1.3. Televizyon Yayıncılığı

Televizyon yayıncılığı, ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığıyla belirli bir yerden aktarılarak özel aygıtlarla donatılmış bir alıcıya gönderilmesidir.⁹

1930 ve 1940'larda, Amerika'da sinema ve radyo altın çağını yaşarken televizyon geleceğin en büyük kitle iletişim aracı olarak ufukta görülmeye başlamıştı. Televizyonun

⁶ Aziz, age, 27

⁷ Bay, age, 42

⁸ Aziz, age, 29

⁹ Tekinalp, age, 25

ortaya çıkışı tüm dünyanın çehresini değiştirecek, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve sosyo kültürel değişimleriyle ilgili yoğun tartışmaları gündeme getirecek ve dünyadaki değişim sürecinin kapısını aralayacaktır.

Televizyon sinyallerinin bugünkü olgunluğa ulaştırılması için yapılan çalışmaların radyo dalgalarıyla ses iletimi çalışmalarına göre çok daha karmaşık ve oyalayıcı olduğunu anlayabiliriz. Bu nedenle televizyon gelişme süreci iniş ve çıkışlarla doludur. Ne var ki televizyon diğer kitle iletişim araçlarına göre yayın hayatına şanslı başlamıştır. Ses iletimi konusunda gerekli tüm bulgular daha önce elde edildiğinden bundan sonra yapılacak şey görüntülerin sesle senkronizasyonunu sağlamak ve görüntüleri kesiksiz, net bir şekilde alıcıya aktarabilmektir.

Vladimir Zvorkin'in geliştirdiği tarama yöntemi, görüntülerden elde edilmesinde geleceğin büyük elektronik başarısının öncüsü olarak kabul edilir. Bu yöntem ile 1920'lerde elektro prototip bir sistem oluşturularak 1927'de ilk defa Washington'dan New York'a Ticaret Bakanı Herbert Hoover'ın kapalı devre görüntüsünün iletilmesi başarılmıştır. Bu Amerika'da ilk uzun mesafe televizyon görüntüsü olarak kabul edilir. Ancak Televizyonun bundan sonraki gelişimi standart ve sistemler üzerinde birbiriyle çatışan görüş ve tartışmalarla zaman zaman kesintiye uğratılmıştır. 1920'lerde kabul edilen 50-60 satırlı tarama sistemi 1939 yılında Dünya Fuarı'ndan yayınlanan görüntülerle 441'e çıkmıştır.¹⁰

Elektronik tarama tekniği kullanılarak yapılan ilk düzenli televizyon yayını 1936 yılında İngiltere'de başladı. Londra'da Alexandra Palace'de kurulan televizyon stüdyosundan yapılan bu ilk televizyon yayını büyük ilgi uyandırdı. Ancak yapılan bu yayınlar alıcı sayısının az oluşundan ötürü geniş bir izleyici tarafından izlenemedi. İngiltere başlayan bu yayını 1939 yılına, 2. Dünya Savaşı'nın çıkışına kadar sürdürdü. Savaş nedeni ile yayınlarına ara verildi. 1945'de yeniden başladı. Ancak bu kez aradan geçen sürede televizyon yayınları gerek kapsama alanı, gerek izleyici sayısı ve gerekse programların niteliği bakımından büyük gelişmeler gösterdi.¹¹

İngiltere'den sonra televizyon yayınlarını başlatan ikinci ülke ABD'dir. Amerika'da

¹⁰ Tekinalp, age, 26

¹¹ Aziz, age, 29

ilk düzenli televizyon yayını İngiltere'ye göre biraz daha geç başlamıştır. İngiltere'de ilk düzenli yayın Amerika'dan 3 yıl önce, 1936 yılında başladığı halde Amerika ancak ilk düzenli yayınına Dünya Fuarının 1939 yılındaki açılışında başlayabilmiştir. Bu yayını Amerika Radyo Kuruluşu yapmıştır. Televizyonun geniş kitlelere yayılması 1941 yılında televizyon alıcısı üretilmeye başlanmasından sonra gerçekleştirilebilmiştir ve yayınlarda reklamlara yer verilmeye başlanmıştır. Bundan ötürü bazı kaynaklar ABD'de televizyonların asıl yayına başlama tarihi olarak 1941 yılını almaktadırlar. Düzenli yayınlarını başlatan üçüncü ülke ise Sovyetler Birliğidir. Gerek mekanik, gerekse elektronik tarama ile denemeler sırasında bu teknik buluşlara katılan Sovyetler Birliği'nde ilk düzenli yayın 1939 yılında başlamış, 30 dakika ve yavaş hareketli ilk yayın ancak 100 kadar alıcıdan izlenebilmiştir. 2. Dünya Savaşı, diğer ülkelerde olduğu gibi Sovyetler Birliği'nde de televizyon yayınlarını durdurmuş, savaş sonrası yeniden başlamıştır.¹²

Almanya ve Fransa da televizyon yayınının öncüleri arasındadır. 1938'de her iki ülkede deneme yayınlarına başlamıştır. Ancak savaş nedeniyle bu iki ülkede gelişme olmamıştır. Asya kıtasında ise ilk televizyon yayını başlatan ülke Japonya'dır². Dünya Savaşı'nın ağır yükü nedeniyle yayınlarına ancak 1953 yılında başlayabilmiştir. Çin'de ise ilk televizyon yayınları 1958 yılında Pekin'de başlamıştır. 1960 yılında ise bu televizyon istasyonlarının sayısı 12 olmuştur. Latin ve Orta Amerika ülkelerinden olan Meksika ve Brezilya'da ilk televizyon yayınları 1950 yılında başlamıştır. 1960 yılında Çin-Rusya anlaşmazlığı bu konuda Sovyetler Birliği'nin yardımının kesilmesine neden olmuş ve televizyon gelişmesi büyük ölçüde durmuştur. 1967/69 Çin Kültür Devrimi de bu gelişmeyi etkilemiş, ancak 1970'li yıllarda büyük kentler dışında televizyon yayınları izlenmeye başlamıştır.¹³

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre işitme ve görme gibi iki duyuya seslenmesinin kitleleri çekmesi, bu aracın kısa zamanda diğer ülkelerde hızla yayılmasını sağlamıştır. Bugün televizyona sahip olmayan ülkelerin sayısı çok azdır.¹⁴

1946-1947 yılları, televizyonun "elit" dönemidir. Eğer elit kavramı toplumun

¹² Hopkins Mark, Mass Media In Soviet Union, New York, 1970, 278

¹³ Howkins Jhon, The Media in China, EBI, June, 1980, 58

¹⁴ Aziz Aysel, Televizyon ve Radyo Yayıncılığı, Turhan Kitapevi, Ankara, 2006, 30

belirli ve göze çarpan bir kesimin kapsayan gurup anlamında ele alırsak, televizyon, bu yıllarda genellikle bar ve tavernalarda toplanan göçmen işçi sınıfının guruplar halinde izlediği inanılmaz, sihirli bir eğlence kutusuydu. 1948 yılında televizyonun Amerika'da iyice yaygınlaşmaya başladığı yıl olarak kabul edilir. Bu yayılma ilerideki senelerde daha da genişlemiş ve televizyon, radyo ve sinemanın önüne geçerek kitleleri ekran başına bağlamıştır. Bir örnek vermek gerekirse Amerika'da 1948'de 16 olan televizyon istasyonu sayısı 1952'de 108'e 1953'te ise hemen hemen tüm ülkenin yarısına yayın yapacak şekilde yayılmıştır.¹⁵

Televizyon, yalnızca ses iletiminde değil program açısından da radyonun mirasına konmuştur. Televizyonun ilk günlerinde sinemadan gelen bir uyarılama ile ekranda resimler gösteriliyor ve görüntüler çerçevesinde konuşmalar yapılıyordu. Daha sonra radyodaki varyete, kendi programları, müzik revüleri, bilmece programları, belgeseller ve haber programları televizyona uyarlandı.

1955-1956 yıllarında televizyon, her hafta yayınladığı drama dizileriyle büyük ilgi ve heyecan uyandırmaya başladı. Bu drama dizilerinin en önemli yanı da canlı yayın olmalarıydı.

Tecimsel olmayan kamu yayınlarını bir kenara bırakacak olursak, televizyon artık kar getiren bir endüstri dalı olarak yerini iyice sağlamlaştırmaya başlamıştı. Amerika'da 1951 yılında gerçekleştirilen sahilden sahile tüm ülkeyi giderek kapsayan kablo ve mikrodalga bağlantısı televizyon yayınlarını tüm ülkede izlenen en büyük haber eve eğlence kaynağı durumuna getirmişti. Video program yayınlarının bu dönemde, 1950'lerden sonra büyük şirketlerin tekeline girmeye başladığı görülür. Bu dönemin üç belirgin özelliği şöyle özetlenebilir:

- Bağımsız istasyonların da önem kazandığı bu dönemde yayıncılığın büyük televizyon networkların tekeline girmesi
- Kamusal televizyonların varlığına karşın televizyon yayıncılığının büyük bir endüstri haline gelmesi
- Canlı yayıncılığın yerini videobant yayıncılığının alması

¹⁵ Tekinalp, age, 41

Bir video görüntüsünü manyetik bir teybe kaydetmek için gereken ince ve karmaşık işlemler dizisi 1956'da olgunluk noktasına gelmiş, videoteybin yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla da televizyon programcılığında bazı değişiklikler olmuştur. Daha önce hep canlı yayın yapmak zorunda kalan televizyon artık videoya kaydedilmiş görüntüler kullanmaya başlamıştır. Video yapımcıları programlarında düzeltme yapmak özel efekt kullanmak ve daha nitelikli görüntü alma imkânını tanımıştır, hem de programların daha ucuza çekilmesini sağlamıştır. Ancak bazı eleştirilenlere göre televizyondaki video program modası bazı yararlarının yanı sıra olumsuzlukları da getirmiştir. Örneğin canlı yayın dönemindeki içtenlik, canlılık ve heyecan yerini rahatlığa bırakmıştır. Çekim sırasında oyuncuların yaptıkları hataların düzeltilebilir olması oyuncularındaki eski coşku ve heyecanı azaltmıştır.

1.4. Türkiye’de Televizyon ve Gelişimi

Osmanlının matbaanın önemini kavrayamaması büyük imparatorluğa pahalıya mal olmuştur. Söz edilen elbette yazılı evrak basan makine değildir. Sorun makinenin ne anlama geldiğinin fark edilememiş olmasından kaynaklanmaktadır. O makinenin idrak edilemeyen işlevi toplumun çok yönlü olarak gelişimini engellemiştir. Çünkü teknolojik çağın kapısını aralayan en önemli buluşlardan biri şüphesiz matbaadır.

Matbaanın bilim ve tekniğe araladığı kapıdan içeriye giremeyen Osmanlı, ne kaybettiğinin farkında olmadan çöküşe doğru sürüklenirken matbaanın günlük hayata girmesiyle birlikte güçlenen yazılı medya, gelişmelerden haber olan, bilgili ve kültürlü bir toplumun alt yapısını oluşturmuştur. Bu alt yapıdan, sonra icat edilecek olan radyo ve televizyon hat safhada yararlanmıştır.

Osmanlı toplumunda yazılı medya 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra oluşmaya başlamıştır. Radyoya baktığımızda ise dünyayla eş zamanlı bir başlangıç görülmektedir. Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun hemen ardından ülkemize giriş yapan radyo, dünyadaki gelişmiş ülkelere girişinden sadece birkaç yıl sonra Anadolu insanına "merhaba" demiştir.

Televizyonda ise farklı bir süreç yaşanmıştır. Televizyon, Türkiye'ye Avrupa ve ABD'den çeyrek asır sonra girebilmiştir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişimi gözden geçirildiğinde dikkat çekici veriler ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de belki de en fazla yatırım yapılan ve dolayısıyla en fazla gelişen sektörlerden biri genelde medya, özelde ise televizyon sektörünün olduğu görülmektedir.

Türkiye'de ilk televizyon yayını 9 Temmuz 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nin stüdyolarında yapılmıştır. Üniversitenin bünyesinde Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine uygulamalı eğitim vermek amacıyla kurulan bir laboratuvarın oluşturulması düşünülmüştü. Bu yayının gerçekleştirilmesinde üniversite öğretim üyelerinden Prof. Dr. Mustafa Santur'un gayreti büyüktür. Yüksek Frekans Kürsüsü Şefi Profesör Santur, 16 Temmuz 1951'de Elektrik Fakültesi Dekanlığına gönderdiği yazıda şöyle diyordu. "Son yıllarda büyük inkişaflar gösteren televizyon alanındaki tedrisatımızı geliştirmek, ilerde memleketimize de girmesi mukadder olan televizyon tekniğinde tecrübeli elemanlar yetiştirmek maksadıyla çok yüksek frekans laboratuvarımızda küçük mikyasta bir tecrübî televizyon tesisi kurmak münasip olacaktır. Böyle bir tesisi için gereken bazı cihazların isim ve özellikleri ilişik şartnamede gösterilmiş bulunmaktadır. Bu cihazların satın alınması için gerekli muamelenin yapılmasını derin saygılarımla arz ederim" ¹⁶

Olumlu karşılanan bu teklif üzerine televizyon yayın çalışmalarına hemen başlanmıştır. Prof. Dr. Santur, o tarihlerde doçent olan Prof. Dr. Adnan Ataman'ı bu çalışmaları yürütmesi için görevlendirmiştir. Prof. Adnan Ataman, kürsüdeki diğer görevlilerin ve konuya ilgi duyan öğrencilerin katılımı ile çalışmalara başlamıştır. Alınan ilk cihazların Taşkışla binasının çatısındaki üç küçük odada, Prof. Mustafa Santur, Doç. Adnan Ataman, Asistan Ziya Akçasu ve odacılardan oluşan bir ekip tarafından montaj yapılmıştır. Anten direği ise gemi direği yapanlara yaptırılıp bir minareci tarafından Taşkışla binasının damına takılarak yayına hazır duruma getirilmiştir.

13 Kasım 1951 tarihli Vatan gazetesinde Burhan Arpad, "İstanbul'da televizyon tecrübeleri başlıyor" başlıklı yazısında İstanbul Teknik Üniversitesi'nin televizyon

¹⁶ SERİM Ömer, Türk Televizyon Tarihi, Epsilon, 2007, 26

yayınlarına başlayacağını haberini veriyordu. Gazete birinci sayfasından verdiği haberde ekranı küçük, ama onu çevreleyen kutusu kocaman bir televizyon alıcısının fotoğrafını basmıştı. Fotoğrafın altında ise "Yukarıdaki resim bir televizyondur" yazılıydı. Prof. Dr. Mustafa Santur ve meslektaşı Doç. Dr. Adnan Ataman'ın ilk televizyon yayını 10 Temmuz 1952 tarihli Cumhuriyet gazetesi ise şöyle vermişti:

"İlk televizyon yayını dün şehrimizden yapıldı. Teknik Üniversite'den yapılan yayın Beyoğlu'ndan izlendi. İstanbul Üniversitesi'ndeki televizyon tesisatı dün davetlilere ve basın mensuplarına gösterilmiştir. Evvela Teknik Üniversitesi Dekanı Mustafa Santur, bu tesisatın önemini ve ne şekilde vücuda getirildiğini anlatmış ve sonra Kore Birliğimizin faaliyeti sesli filminden nakil suretiyle televizyonda gösterilmiştir."¹⁷

Bu çalışmalar yapılırken, İstanbul'da alıcı sayısının 10 olduğu ve bunun 4'ünün de Teknik Üniversitede bulunduğu bilinmektedir. İstanbul Teknik Üniversitesi'nin ilk deneme yayını 1952 yılının Mart ayında başlatılmış, Nisan ayında da resmen açılışı yapılmıştır. Perşembe günleri saat 17.00-19.00 arasında filmler ve yayına ücretsiz olarak katılan sanatçı, yazar ve konuşmacılarla sürdürülen bu yayınlar, bir kamera, bir telesine, bir verici ve bazı kontrol cihazlarından oluşan aletlerle gerçekleştirilmiştir. Yayın bu cihazlara daha sonra öğrencilere verilen diploma travayları ile yaptırılan tamamlayıcı stüdyo cihazları ve diğer aletler eklenerek sürdürülmüştür. Taşkışla'da bu yayınlar sürdürülürken, Maçka'da restore edilen binada bir stüdyo hazırlanmasına başlanmış ve 5 Aralık 1963'de bu stüdyoya geçilerek daha düzenli ve geliştirilmiş bir yayıncılığa başlanmıştır.¹⁸

Teknik Üniversite'nin yayınları her hafta cuma günleri yapılırken İstanbulluların başlangıçta bundan haberi olmadı. Çünkü eğitim amaçlı bu çalışmalar kapalı devre, yani İTÜ içerisinde yapılıyor, haftada bir de üniversite dışına veriliyordu. Televizyon alıcıları hem çok pahalıydı, hem de o günün koşulları içerisinde ithal edilmesi zordu. Üniversitenin Gümüşsuyu'ndaki konferans salonu halka açılarak isteyenlerin her cuma saat 17.00 ile 18.00 arasında bu yayınları izleyebileceği ilan edildi. O ilk günlerde televizyon alıcı sayısının 15 ile 20 arasında olduğu tahmin ediliyor.

¹⁷ Serim Ömer, Türk Televizyon Tarihi, Epsilon, 2007, 27

¹⁸ Uyguç Ünal, age, 47

İstanbul Teknik Üniversitesi Televizyonu, Demokrat Parti iktidarı tarafından kapatılmış, daha sonra 27 Mayıs ihtilalinin ardından askerlerin izniyle 10 Ekim 1960'da yeniden yayınlarına başladı.¹⁹

Taşkışla binasında yapılan ilk deneme yayınları sırasında 1952 Nisan ayındaki resmi açılışında ilk konuşmayı gazeteci Burhan Felek yapmıştır. Bu yayınların ilk erkek spikeri Fatih Pasiner, ilk kadın spikeri Taşhan Hitay'dır. Kamerayı ilk kez Prof. Adnan Ataman kullanmıştır. İTÜ'nün deneme yayınında ilk Türk müziği konserini Feriha Tunceli, saz arkadaşları Cevdet Çağla ve Hüsnü Coşar eşliğinde vermiştir. Televizyonun öncülerinden biri de Atif Yaseri'dir. Televizyonun deneme yayınına başlamasıyla görev alan Atif Yaseri konuşmalar yapar, hikâyeler okur, Fatih Pasiner ile müzikli şiirler söylerdi. Yaseri, ayrıca TV'de ilk tiyatro oyununu sunan kişidir. Kendi yazdığı "Mektup" adlı oyun 23 Aralık 1954'de temsil edilmiştir.²⁰

Televizyonda ilk naklen yayın 12 Kasım 1961 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu tarihte Midhat Paşa Stadı'nda yapılan ve Türkiye'nin 2-1 mağlup olduğu Türkiye-Sovyetler Birliği futbol maçı, Taşkışla binasının damına kurulan bir kamera ile yapılmıştır. Ses olarak da radyodan maçı anlatan Halit Kıvanç'ın sesinden yararlanılmıştır. Prof. Mustafa Santur'un öncülüğünde, Prof. Adnan Ataman ile birlikte, o tarihlerde öğrenci olan Vural Tekeli, Çetin İzbul, Yücel Durusoy ve daha sonraları Haluk Buran, bu başarılı yayınları gerçekleştiren kişilerdir.²¹

1952'den 1960'lı yılların sonuna kadar Türkiye'nin tek televizyon yayın kuruluşu olarak deneme mahiyetinde de olsa İstanbul ve çevresine yayın yapan İTÜ Televizyonu, Türk televizyon tarihi içinde çok önemli bir işlevi yerine getirmiştir. Televizyonun ne olduğunun bilinmediği, 2. Dünya Savaşı'nın sonuçlarının bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik ve sosyal alanları etkilediği bir dönemde iki cesur, çalışkan ve ilerici bilim adamlarının, Prof. Dr. Mustafa Santur ile Prof. Dr. Adnan Ataman'ın büyük

¹⁹ Serim, age, 30

²⁰ Uyguç Ünal, age, 48

²¹ Tekeli Vural, Bizde TV Böyle Başladı, TV'de 7 Gün Mecmuası, 19

çabalarıyla gerçekleştirilen televizyon yayıncılığı gerçekten de her türlü övgünün üzerindedir.²²

Bu arada, İstanbul Teknik Üniversitesi'nde eğitim düzeyindeki deneme yayınları devam ederken, bugün TRT'nin TV yayıncılığı temelini oluşturan "Televizyon Eğitim Merkezi'nin kurulması çalışmalarına da 1963 yılında başlanmıştır. Televizyon Eğitim merkezi'nin kurulmasına Federal Alman Hükümeti ile 9 Nisan 1963 tarihinde imzalanan teknik yardım anlaşması sonucu başlanmıştır. Federal Alman Hükümeti ile yapılan anlaşmaya göre, "TV Eğitim Merkezi"nin binası Türk hükümeti tarafından hazırlanacak, teknik donanımı da Federal Alman Hükümetince sağlanacaktır. Anlaşmaya göre Eğitim Merkezi kapalı devre çalışacak, geleceğin teknik personel ve program yapımcıları yetiştirilecekti. Teknik yardım anlaşması çerçevesinde Türk Hükümeti Midhat Paşa Caddesi'ndeki iki apartmanın bodrum katlarının birleştirildiği yerleri hazırlamış, Federal Alman Hükümeti de teknik donanımı göndermiş ve 1966 yılı sonlarında montaj çalışmalarına başlanmıştır. Merkezin montaj ve yerleştirme işlemleri tamamen Türk uzmanlar tarafından yapılmış, Federal Almanya'dan uzman olarak gönderilen Bauluha da bu çalışmalarda Türk uzmanlara yardımcı olmuştur. Bu ekibin başında, daha sonra Televizyon Daire Başkanı olan, Fahrettin Işıklı ile daha önce Federal Almanya'da TV Tekniği konusunda eğitim görmüş Ankara Radyosu teknik elemanları ve sonradan teknik personel bulunduruyordu.²³

Montaj çalışmaları tamamlandıktan sonra 1967 yılında kapalı devre çalışmalara geçilmiştir. 2 yıl kadar süren bu çalışma süresi içinde yeni personel yetiştirilmesi için Federal Almanya'ya birer yıl arayla iki ayrı ekip Kuzey Alman Radyo Televizyonu'na kursa gönderildi. Bu arada kapalı devre çalışmalarında da teknik personel ve programcı yetiştirmek üzere eğitim ağırlıklı kısa süreli TV programları yapıldı. Kapalı devre çalışmaları sırasında Teknik Müdürlüğü Fahrettin Meriç yürütüyordu. Bir yandan Federal Almanya'da kurslar yapılıp, bir yandan da Eğitim merkezi'nde eğitim ağırlıklı kısa süreli programlar yapılırken İngiltere'den getirilen program uzmanları da Ankara'dan kurslar yönetmeye başlamışlardı. Bu kurslardan mezun olan 38 kişi yapımcı olarak TRT'de

²² Serim, age, 35

²³ Elektronik Yüksek Mühendis İlhan Altaykan'ın notları

hizmete başlamışlardı. 1967 yılında da dışa dönük deneme yayınları içinde çalışmalar başlamıştır. Bu kısıtlı olanaklar içinde 1968 yılında Ankara'da Dededoruk Tepesi'nde TV verici istasyonu kurulmuştur. Bütün bu çalışmalar sonucunda Ankara'da 31 Ocak 1968 yılında 30 kilometre alanı kapsayan 5 kilovat gücünde ilk deneme yayınına geçilmişti.²⁴

İstanbul Teknik Üniversitesi'nce 1971 yılına kadar canlı olarak yapılan deneme yayınları aynı yıl yapılan bir protokolle TRT'ye bırakmıştır. TRT'ye bırakılan yayıncılık ise Çamlıca vericisinin faaliyete geçişine kadar paket yayıncılık şeklinde sonraları da link şebekesine bağlanarak gerçekleşmiştir. 1974 yılının mayıs ayının başında ise İstanbul Televizyonu prodüksiyon merkezi kurulmuş ve 1981 yılına kadar yapım stüdyosu olarak kullanılmıştır. İstanbul Televizyonu Mayıs 1974 yılında kurulmuş, önceleri yalnızca Maçka stüdyolarında daha sonraları 1976 yılında Bağlarbaşı stüdyolarında çalışmalarını sürdürmüş ve 1977 yılı Nisan ayında ise Kuruçeşme tesislerine taşınmıştır. Burada 1979 yılında A stüdyosu, 1091 yılında stüdyosu tamamlanmış, 1982 yılında Maçka stüdyosundan getirilen cihazlarla bir haber stüdyosu kurulmuştur. Daha sonra elde bulunan cihazlara master kontrol eklenmiş ve Kuruçeşme tesisi komple bir yayın stüdyosu kimliğine kavuşturulmuştur.

Televizyon yayınları 1968 yılında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tarafından Ankara Televizyonu” adı ile başlamış ve 1990'a kadar Devlet Tekeli şeklinde gelmiştir. 1968 ile 1990'a kadar süren bu tekel esnasında TRT, dört ayrı kanaldan Türkiye içerisine yönelik olarak yayıncılık yapmış ve bunun dışında Avrupa'ya ve Orta Asya'ya yönelik iki kanaldan yayıncılığa da başlamıştır. Dünya'da İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmeye başlayan televizyon yayınları, Türkiye'ye 25 yıl sonra gelmiştir.²⁵

Uzun yıllar tek kanal olarak yayınlarına devam etmiş olan TRT, Ankara dışındaki illere de yaygınlaşmış, 1980'li yılların ortalarına doğru ise 2., 3. ve 4. kanallar açılarak TRT televizyon kanalları çoğalmıştır. 90'lı yıllarda televizyon yayınlarında çoğulculuk dönemine geçilmiştir. 1972 yılına kadar haftada üç gün akşamları 4 saat süre ile yayın yapan Ankara ve İstanbul televizyonları, asıl gelişimlerini televizyon yatırımlarının 3. Beş Yıllık Kalkınma Planına yani planlı döneme alınmaya başlamasının ardından yaşadı.

²⁴ Uyguç Ünal, age, 48

²⁵ <http://155.223.1.158/edergi/yenid/s1/8.pdf>

Yayınlar bir süre sonra TRT'nin yayınlarının olduğu İzmir, Mersin, Antalya, Erzurum gibi illerde paket program şeklinde yayınlanmaya başladı. Bu sistemde bu illerde yayınlanacak televizyon programları Ankara televizyon stüdyolarında hazırlanıyor ve televizyon vericisi bulunan bu illere gönderilerek yayınlanıyordu. Bu illerin yapım ve prodüksiyon olanakları yoktu. "Paket program yayını" adı verilen bu tür yayınlar, karasal vericiler arası linkler kuruluncaya kadar sürdü.²⁶

Dördüncü 5 yıllık kalkınma planı verilerine göre Türkiye'de TRT yayınları 974'de toplam nüfusun yüzde 55'i tarafından izlenirken bu oran 1977'de yüzde 81,5'e ulaşmıştır. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de halk, televizyonu çarçabuk benimsemiş ve evinin başköşenin vazgeçilmez temel aracı haline getirmiştir. Öyle ki televizyon kendisinden önceki medya araçlarının tamamını olumsuz etkilemiştir. Bütün medya araçları ilk yıllarda sarsıntı geçirmiş ve sonraları rekabetin ardından farklılaşarak ayakta kalmayı başarabilmiştir. Televizyonla birlikte radyo, gazete ve sinemaya ilgi azalmıştır. Televizyon aynı zamanda toplum yapısında da etkili olmuştur. Televizyonla birlikte kültürel yapıda meydana gelen gelişim ve değişim toplumun genel alışkanlıklarını değiştirmiştir. İnsanlar farklı kültür ve yaşam biçimleriyle tanışmışlardır. Bu gelişmelerle birlikte dünya büyük bir köye dönüşmüş insanlar köylerindeki komşuları kadar birbirlerine yakınlaşmışlardır. Televizyonun yaşam biçimi üzerinde meydana getirdiği değişim beraberinde zaman zaman toplumsal tepkilere de neden olmuştur. Sayıları az da olsa televizyonunu toplumun ahlakına zarar verdiği gerekçesiyle karşı çıkanlar da olmuştur. Bu sebeple evlerine televizyon almayanlar da olmuştur. Ancak hiçbir tepki televizyonun kuruluşundan bugüne gelişimini engelleyememiştir.²⁷

Türkiye'de renkli televizyon yayınlarına ise 1984 yılında başlanmıştır. TRT, 1 Temmuz 1984 yılında tüm olarak renkli televizyon yayınlarına start vermiştir. Ancak bununla ilgili çalışmalar 1982 yılında başlamış, siyah beyaz televizyon yayınları arasında renkli yayın denemeleri yapılmıştır. Başlangıç yıllarındaki televizyon ile ilgili yatırımların renkli yayına uygun olarak yapılması nedeniyle renkli yayın için değişiklik yapım stüdyolarının renkliye dönüştürülmesi çalışmaları ile sınırlı kalmıştır. Böylece televizyon

²⁶ Aziz Aysel, age, 185

²⁷ Bay Nurettin, age, 45

alt yapısının başlangıçta renkli yayınlara uygun olarak yapılması, bu konuda alt yapının büyük değişikliğe uğramadan renkli yayına geçilmesini sağlamıştır. İlk renkli televizyon yayınlarının kapsama alanı ülkenin yüzde 10'u, nüfus olarak ise yüzde 20'si oranında olmuştur.²⁸

Türkiye için yeni olan bu kitle iletişim aracının, özel televizyonların sahip olduğu "izlenme oranı – rating" kaygısı bulunamadığından, TRT programlarının halkı eğitecek ve kültür düzeylerini yükseltecek nitelikte hazırlanması öngörülmüştür. TRT'nin genel yayın esasları arasında kamu yayıncılığını temsil eden maddeler yer almaktadır. Bu maddeler TRT'nin hazırladığı programlar ve haber bültenlerinde uyulması gereken kuralları belirlemektedir. Ülkenin bütünlüğünü korumak, anayasanın özüne ve ruhuna bağlı kalmak, cumhuriyetin kamu düzenini ve genel asayişini sağlayıcı yayın yapmak, ulusal hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek, ulusal eğitimin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak, gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek gibi unsurları barındıran TRT kamu yayıncılığını sürdüren bir kurumdur.

Türk toplumu, otuz yıla yakın bir süre kamu yayıncılığı yapan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun hazırladığı programlar ve haber görüntüleri çizgisi içinde dünyayı izlemiştir. 1990'lı yıllardan sonra Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa'nın hemen tüm ülkelerinde olduğu gibi özel yayıncılıkla tanışan Türk toplumunun önüne yeni bir görsel-ışitsel seçenek sunulmuştur. Çanak antenler yolu ile yabancı yayınları takip etmeye başlayan Türk izleyicisi TRT dışında da bir yayın organı olabileceğini fark etmiştir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının dönüm noktası 1990'da Star 1 televizyonunun uydu yoluyla yayına başlamasıyla kendini gösterir. Ardından yapılan yasal düzenlemelerle diğer televizyon yayınları da baslar. 1990'da özel sektörün radyo yayıncılığına başlamasının ardından 1 Ekim 1990 tarihinde ilk özel televizyon kurularak Magic Box adı ile yayına başlamıştır. Ülkemizdeki anayasal hükümler dolayısıyla hukuka aykırı konumda olan radyo ve televizyon yayınları risklerine rağmen piyasaya yeni şirketlerin girmesi ile

²⁸ Aziz Aysel, age, 185

gelişmiş, 1992'de Tele-on ve Show TV, ardından filmlerin ve spor karşılaşmalarının yayınlandığı Cine 5 yayına başlamıştır.²⁹

1982 Anayasası, 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu karşısında yasal olmayan bu yayınlarda yayıncı şirketler önce kapatılma ve cezalandırılma tehlikesini ortadan kaldırmak için yurt dışından ve uydu kiralayarak yayın yapma yolunu seçmiş, ancak hükümetin bu alanda bir kanun yaparak yasallığı sağlayacağı söylemleri üzerine bu yayınlarını yurt içinden de yapmaya başlamışlardır.

Özel radyo ve televizyonların siyasete doğrudan ve dolaylı müdahaleleri karşısında 1992 yılında radyo ve televizyonlara karşı Ulaştırma ve İçişleri Bakanlıkları çeşitli kapatma girişimlerine başlamış ve bunun sonucu özel radyo ve televizyonlarla hükümet yetkilileri arasında yoğun çatışmalar ve uzlaşma görüşmeleri yaşanmıştır. 10 Temmuz 1993 tarihinde yürürlüğe giren Anayasa'nın 133. maddesindeki değişikliklerle getirilen “radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir” hükmü doğrultusunda özel radyo ve televizyon kuruluşlarını yasallaştırma çalışması nihayet başlamıştır. 20 Nisan 1994 tarihinde ise 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun çıkartılarak özel radyo ve televizyonların kuruluşları, yayın ilkeleri, yapıları ve yayınları ile ilgili düzenlemelerin yapılması sonucu yasallaşma süreci tamamlanmıştır. Son olarak 1994 yılından bu yana yapılan uygulamalar da göz önüne alınarak 2002 yılında 3984 sayılı Kanunda 4756 ve 2003 yılında 4771 sayılı Kanunlarla değişiklikler yapılmış ve bugünkü yapı ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda bu büyük atılımın nedenlerini sorgulamak bile bize oldukça değerli veriler sunmaktadır. Özellikle de medya, sermaye ve siyaset ilişkisinin yeni radyo televizyon yasası çerçevesinde önemli bir tartışma alanı düşünüldüğünde bu veriler daha da anlamlı hale gelmektedir. 3984 sayılı ilk yasanın üçüncü kez gözden geçirilip değiştirilmiş versiyonu olan 4756 Sayılı Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Kanun özel televizyonun fiili olarak hayatımıza girdiği 1990 yılından beri gündemden inmeyen tartışmaları da yeniden gündeme getirmektedir. Daha önce kamuoyunun zaman zaman gündemine gelen bu tartışmalarda çoğunlukla yeni yasanın keyfi yayın ilkeleri nedeniyle

²⁹ Sarmaşık Jale, Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni, İstanbul, 2000,Shf: 18

kısıtlayıcı boyutunun artması konu edilse de asıl önemli olan, pek de tartışılmayan nokta yasanın mülkiyet ilişkilerine ve sermaye siyaset ilişkisine getirdiği geniş serbesti yetin ne gibi sonuçlar doğuracağıdır. Bu yasa ile birlikte öyle görülmektedir ki zaten birer oligopol oluşturulmuş görünen sermaye guruplarının bir parçası olan medya kuruluşları tekelleşmeye doğru daha sağlam adımlar atabilecek ve hatta yeni yasada unutulmuş bir madde sayesinde devlet ihalelerine girip sermayelerini büyütebileceklerdir. Bu durumda yeni radyo televizyon hukuki düzeni uyarınca kamu yararı doğrultusunda yayın yapması gereken kuruluşlar hukuka uygun olarak sermaye yararına yayınlardan gerçekleştirme özgürlüğüne ve olanağına kavuşmuş olmaktadır.

Böylece önceki yasal düzenlemelerin kısıtlayıcılığı nedeniyle holding zincirlerinde sahip oldukları medya şirketlerini göstermeyen, ama aslında herkes tarafından medya sahiplikleri tanınan büyük sermaye patronları rahatça bu holdinglerine birçok farklı medyayı da etkileyebileceklerdir. Bu da oligopolinin olduğu bir sektörden mutlak tekelin hüküm süreceği yeni bir sektörle yapılanmaya geçiş anlamına gelecektir. Türkiye’de 15 yıllık özel televizyonculuğun yapısal değişimlerin karakteri açıklandığında Türkiye’de radyo televizyon rejiminde nelerin değişmesi gerektiği medyanın kültürel üretim ve dağıtım üzerinde kontrol uygulanan bir güç olarak kamusal alanı sınırlayan karakterini nasıl değişebileceği kısaca Türkiye’de radyo televizyon rejimi politikaları üzerine tartışabilecek sağlam bir zemin yaratabileceği kanısındayız.

Türk televizyonculuğunda kaos dönemi olarak adlandırılan dönemin ardından; kablolu yayınlar, uydu sistemleri ve ardından gelen dijital yayıncılıkla gelişen teknoloji, özel televizyonlar tarafından hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Ana amaçları kar sağlamak olan bu kuruluşlar; pazardan pay alabilme, buldukları yeri koruyabilme ve yeni teknolojilerle geniş kitlelere ulaşabilme uğraşı içinde TRT’den daha farklı bir yayıncılık anlayışı ortaya koymuşlardır. Bütün bu çerçevede deregülasyon süreci Türkiye’de de işlemeye başlamış, yasal düzenlemeler içine özel televizyon yayınları da dahil edilmiştir. Bu düzenlemelerin ardından Türk izleyicisinin karşısına çıkarılan yeni yayıncılık anlayışı, konuyla ilgili farklı araştırmaları gündeme getirmiştir. Araştırmaların bir kısmı Türkiye’de ticari yayıncılığın gelişmesiyle birlikte medyanın nasıl bir işleve sahip olmaya başladığı yönündedir.

Değişen ve giderek farklı kimliklere dönüşen kitlesel medyada iktidar ve politika konuları temel olarak alınır. Medyanın izleyici üzerindeki etkileri, medyanın siyasal tarafsızlığı ya da taraflılığıyla değerlendirilir. Bir kısım araştırmada da medyanın toplumu etkileyip etkilemediği, yayın yaptığı hedef kitlenin aynası olup olmadığı sorgulanmaktadır. Akademik alan dışına bakıldığında ise medya üzerine yapılan tartışmaların, bu araçların gücü ve etkinliği üzerine olduğu görülmektedir.

1980'lerden itibaren yenedünya düzeninin yeni liberal ekonomi temelinin çarkları işlemeye başladığından beri tek kutuplu dünyanın iki yaşamsal üyesinden biri kürselleşen para piyasaları diğeri de yine kürselleşen medya olmuştur. Bu düzenin içinde eskiden beri medyanın sahip olduğu kabul edilen kitleleri ve hükümeti iktidarı etkileme ve yönlendirme gücüne ek olarak yeni medya kapitalizmin yeni bir birikim modeli içerisinde de kendine önemli bir yer edinmiştir. Yeni sağın egemenlik sürecinin temel politika yöntemleri olan özelleştirmeler deregülasyon ve artan tekelleşme medya alanında da ileri düzeyde uygulama alanı bulmuştur. Global piyasaların da işleyebilmesi aynı türden bir iletişim ağının varlığına bağlıdır. Bu olanakları sağlayan ise gelişkin bir uydu ve haberleşme sistemidir. Maliyeti çok yüksek olan bu uydu iletişim sisteminin finansmanı uydu haberleşmenin bir tüketime açılabilmesine bağlıdır. Kitleleri uydu haberleşme sisteminin tüketicisi kılabilen olgu ise telekomünikasyonun yanı sıra radyo ve televizyon alanlarında özelleştirmeye gidilmesidir. 1980'lerde başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada radyo ve televizyon peyzajını değiştiren oluşumun nedeni budur.³⁰

Bu süreci 10 yıl gecikmeli de olsa aynı şekilde Türkiye içinde yaşandığını söylemek mümkündür. 90'lı yıllarla birlikte Türkiye'de de radyo televizyon alanındaki devlet tekeli kırılmış ve dünyadaki global medya yapılanmasını takip eden bir biçimde dikey ve yatay sektörel birleşmeler mülkiyeti aşırı yoğunlaştığı büyük medya oligopollleri meydana gelmiştir. 15 yıllık kısa bir geçmişi olmasına karşın radyo televizyon sektöründe yapısal anlamda sürekli bir değişim ve dönüşüm de yaşana gelmektedir.

Batı'da 1960'larda başlayan, Türkiye'de ise 1990'lı yılların ardından ortaya çıkan kürselleşme, iletişim alanında köklü değişimlere neden olmuştur. Bu köklü değişim

³⁰ Bilgili Can, Medya'da Olmayanlar, Beta Yayınları, 2006, 39

giderek ticarileşen medya kuruluşlarının güçlü ekonomik yapılar haline gelmesini sağlamıştır. Toplumu yönlendirdiği ve kültürün değişimine etkisi olduğu varsayılan medyanın yeni teknolojileri kullanarak daha fazla sayıda izler-kitleye ulaşması kaçınılmazdır. Kitleyi etkilediği düşünülen medya, belirli çizgiler dahilinde yayınlarını sürdürmektedir. Bu yayınlarda kullanılan dil, hissettirilen düşünceler, verilen mesajlar, medyanın yapısal dönüşümünü ortaya koyacak niteliktedir. Sıklıkla gündeme gelen; aile yapısına, genel ahlaka, çocukların zihinsel gelişimine ve benzeri toplumsal huzura yönelik yayın yapılıp yapılmadığı sorusu ve bu konuda alınan önlemler, yayın politikalarının ve yayın içeriklerinin neler olduğu sorusunu akla getirebilmektedir. 1980'e kadar Türkiye'de yayıncılık politikası ve bu politika sürecinde gözlenen özellikler, ulusun ya da ortak bir kültür kimliğinin yaratılmasında medyaya büyük bir rol düştüğü yönündedir. 1980'lere kadar kamu yayıncılığı hizmeti sürdüren TRT, programların içerikleri, oluşturuluş biçimleri, yayıncılık politikaları ve hazırlanan programların uzunluğu göz önüne alındığında ulusu temsil etme özelliği belirgin biçimde ortaya çıkmıştır.

1980'ler ve 1990'larda Türkiye'de değişen politik, ekonomik ve kültürel düzenle birlikte yayıncılık alanında yaşananlar, özel ticari yayıncılığın ortaya çıkışı ve hızla ilerlemesi, bu konuda yapılan araştırmalarda yeni bir yaklaşımı da beraberinde getirmiştir. Yayıncılık politikalarının analizi ekonomik, kültürel ve siyasal boyutlarla bağıntılı görülmüştür. Bu yıllarda yayıncılıkta ana yönelim ticarileşmedir ve bu yönelim 1980'den sonra Türkiye'nin geçirdiği siyasi yapıya bağlanmıştır. Askeri yönetim döneminde yapılan yayıncılık bir yana bırakılırsa, 1982 genel seçimlerinden sonra değişen siyasi eğilimle birlikte Türkiye yeni bir yayıncılık rüzgârının içine girmiştir. Kamu yayıncısı TRT'nin dışında özel ticari televizyonlar teker teker yayın hayatına katılmaya başlamış, Türk insanı için çok kısa bir geçmişe sahip olan televizyon, yayıncılık alanında yeni düzenlemeler yapılması tartışmalarını da alevlendirmiştir. Türkiye'de 1990'da kurulan ilk özel televizyonu Star 1 Magic Box'la başlayan bu süreç günümüzde de yeni düzenlemelerle devam etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. YEREL YAYINCILIK VE YEREL TELEVİZYONLAR

Yerel; bir yöreye ait olan, bölgesel olandır. Yerellik kavramı bu günlerde çok moda olmuş, hatta neredeyse global kavramının bile önüne geçmiş durumdadır. Mc Luhan'ın her zaman ve her ortamda dile getirilen global bir köye dönüşmüş dünyamızda artık yerel değerlerin de çok önemli olduğu ve korunması gerektiği neredeyse hemen hemen her yerde ifade edilmektedir. Global olmanın tüm dünya üzerindeki etkileri özel de kendini yerelliğe bırakmaktadır.

Yayıcılığın yerel düzeyde gerçekleşmesi iki konu etrafında tartışılmaktadır. İlki yerelin tanımlanması, ikincisi yerel yayın kurumlarının yapısal düzenlenmesi. Daha önce yaptığımız yerel tanımlarını tekrar düşünürsek bu çalışmada kullanılan yerel tanımının o tanımlamalar içinde “coğrafi yerellik” kavramına denk geldiğini söyleyebiliriz. Ancak diğer yandan değişen yaşam koşulları, ekonomik, politik ve teknolojik faktörlerle “toplumsal yerellik” kavramı da bu çalışmaya dahil olmuştur. Yerel medya kullanımı için de ikili bir sınıflandırma yapılabilir. İki “Coğrafi yerellik”, radyo sinyallerinin ulaştığı ve siyasi olarak da tanımlanmış bir coğrafi alana tekabül etmektedir. Burada yapılacak yayıncılıkta da program üretimi ve dağıtımı da o yerel bölgenin ihtiyaçları düşünülerek yapılmaktadır. Yayın alanı sadece o coğrafyayı kapsayan yerel televizyonlar geleneksel anlayışla yayın yapan televizyonlardır. Diğer tanımlama da “toplumsal yerellik” kavramı üzerinde durmak gerekmektedir. Bu bakış açısında ortak kültürel zevkler ve değerleri bulunan toplu ya da dağınık gruplar hedef kitleyi oluşturmaktadır. Yani coğrafi yerelikte ön planda olan amaç bölge sınırları içinde yayın yapmaksa, “toplumsal yerelikte amaç ortak değerleri olan topluluklara yayın yapabilmektedir. Yayının izlendiği ve dinlendiği alan birbirinden uzakta olabilmektedir. Bu tür yerel yayıncılıkta sınırlar ortadan kaldırılmış, hedef kitle içindeki bireylere ulaşmak için uydu yayıncılığından yararlanılmıştır. Geleneksel yerel televizyon yayıncılığı coğrafi sınırlar içinde yapılırken küreselleşmenin etkisiyle yerellik kavramında toplumsal yerellik öne geçmeye başlamıştır. Yerel televizyonlarda coğrafi sınır anlayışını kaldıran bu yaklaşımdır.

Yerel medya, küresel medyaya, küresel akışa karşı durabilecek alternatif bir medya oluşumu olabilir. Küresel kültürün ve küresel tek taraflı bilgi akışının yer aldığı yaygın

medya karşısında belirli bir coğrafyaya yayın yapan yerel televizyonlar günümüzde giderek önemi artan bir konu olmuştur. İçinde şirketleşmiş yapısı olan yaygın medya kuruluşlarının yaydığı kitle kültürü, popüler kültürüne veya sadece kamu yayıncılığının yapıldığı durumlara karşı yerel medya alternatif yayıncılık modeli olabilir. Yerel medyanın özelliklerine geçmeden önce “yerel” kavramının yayıncılıktaki kullanımına bakarsak Sevda Alankuş’un yaptığı tarifi görebiliriz. Alankuş, küresel hacimdeki olanı anlatmak için kullandığı “küresel” kelimesinin coğrafi olarak bir bütünü kapsayan anlamında değil, bulunduğu yerde hegemonya kuran ve belirli bir türdeşlik gösteren kültürü anlatmak için kullanıldığını söyler. Alankuş aynı şekilde yerel kavramının da küreselin karşısında yani onun tek tipleştirici özelliğine karşı durabilen hareketler olduğunu ekler. Yani etnik, dinsel, cemaatçi hareketler, çevreci hareketler de ya da bir kente ait olma hissi veren durumlarda Alankuş’un tanımladığı “yerel” tanımının içine girebilmektedir. Bu süreçlerin yerelin içine dahil edilmesinin nedeni ise belirli bir coğrafya ile sınırlı türdeş kültüre işaret etmeleri değil, insanlara küreselleşme karşısında kaybolan bireye “coğrafi veya moral ” “bir yerellik” hissini vermesinden dolayıdır.³¹

Yerel yayıncılık coğrafi yerelliğe yapılan yayınlarla, değişen koşullarla toplumsal yerelliğe dönen yerel yayıncılık anlayışıdır. Ama Alankuş'un tarifiyle veya bizim kullandığımız sekliyle yerel medya küresel medyaya karşı bir alternatiftir. Medyanın küresel tek tip olmasını engelleyecek iki yol vardır. İlki yaygın medyayı etkileyerek dışarıda bırakılan grupların içeriye dahil edilmesidir. İkinci yol ise, alternatif yapıları medya oluşumlarına olanak sağlayarak, sıradan insana yakın, kökleşmiş medya organizasyonlarının yerini alabilecek yapıların oluşumunu sağlamaktır. İlk seçimde, medyanın dış gruplara açılabilmesi medya organizasyonlarında demokrasinin eksikliğinden dolayı zaten zordur. Şirketleşmiş yapısından dolayı dışa açılmayan medya bu sorunu aştığında bile yine de elitlerin fikirleriyle bağlantılı olarak yayın yapma olasılığı vardır. İkincisi ise medyaya daha fazla kazanç getiren bir anlayışla bakılmamasından geçmektedir. Çünkü medya ticaretle, pazar payları ile ve uluslararası bağlantılarla iç içe geçen bir yapıyla

³¹ Alankuş Sevda, “Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya”, www.bianet.org., 7.4.2001, 5-7.

bütünleşmiştir.³²

Yaygın medyanın karşısında durabilecek, alternatif oluşturabilecek yapı söyle tarif edilebilir; ticari olmayan, hükümet tarafından desteklenmeyen ve büyük holdingler içinde olmayan yayın kuruluşları. Herman bu grupta örnek olarak yerel gazeteleri, bağımsız filmleri ve televizyon programlarını saymaktadır.³³

Yerel medya ile ilgili çok farklı yorumlar bulunmaktadır. Andrew Crisell, yerel medyanın günümüzde kullanımının iyi ve parlak olmadığını gelecekte ise daha da kötü bir duruma geleceğini söylemektedir. Diğer yanda Mike Glover, yerel basının giderek güçlendiğini, Ralph Negrine ve Rachel Eyre ise yerel medyanın, ulusal yayınlarla ve diğer yerel medyalarla ilişkilerinin artmasıyla, daha da uzun yıllar yaşayacağını söylemektedir. Yerel medyanın gelişimini ve ne olduğunu anlayabilmek için üzerinde durulması gereken birkaç konu vardır. Bunlardan ilki; yeni teknolojilerin gelişimi ve bunların yerel medya tarafından kullanılmasıdır. Yeni teknolojiler, yerel medyanın çehresini tamamen değiştirmiştir. Daha önceleri yerel medya denince sadece basılı materyaller anlaşılırken bugün artık teknolojik gelişimlerle yerel medya dendiğinde radyonun ve televizyonun da olduğu iletişim ortamları anlaşılmaktadır. Dijital ortamlar ve kablolu teknolojilerin, olanaklarıyla hızla artan radyo televizyon yayınlarının yanı sıra yazılı basın da basım teknikleri konusunda birçok olanaklara sahip olmuştur. Dağıtım imkânlarının da artmasıyla yerel medyada artık gazete ve dergiler yaygınlaşabilmiştir. Teknolojik gelişmeler, küreselleşen ekonomik ilişkiler yerel, bölgesel medya üzerinde etkiler bırakmıştır.³⁴

2.1. Yayıncılıkta Adem-i Merkezileşme Anlayışı

Dora Orlansky, bu yüzyıla gelinceye kadar genel eğilimin ulus devletin gücünü pekiştiren, merkezileşmeyi savunan ve merkezin gücünü genişletmeye çalışan bir anlayış olduğunu fakat 1950'lerden sonra hükümetlerin yetkilerini küçültme yönünde bir gidiş olduğu söylemektedir. Orlansky, bunun iki şekilde olabileceğini belirtir; özelleştirme ve

³² Edward Herman, The Myth of the Liberal Media: An Edward Herman Reader, Peter Lang, NewYork, 1999, 299-300

³³ Herman, 301

³⁴ 175 Bob Franklin & David Murphy, Making the Local News: Local Journalism Context, Routledge, London, 1998, 1

adem-i merkezileşme. Adem-i merkezileşme kavramına ilk kullanıldığı siyaset içinde bakılırsa, yetkinin küçük birimlere dağılması, görev ve sorumlulukların kurumlaşan şehirlere verilmesi anlamına gelmektedir. Ekonomik açıdan bakıldığında ise devletin ekonomideki rolünün azalması anlamında kullanılmaktadır. Merkezi yapının ekonomideki rolünün fazla olmasının karşısında eleştiri getiren ilk ekonomist Hayek'tir. Hayek, merkezi yapının ekonomik sistem içinde yarışmacı pazarın önünde bir engel oluşturduğunu belirtmiştir. Friedman'da Hayek ile aynı yönde görüş bildirip ekonomik yapıda hükümetin etkisinin fazla olması durumunda tekelci bir sistemin güçleneceğini, üretimin düşeceğini söyleyerek bu gelişmelerin sadece ekonomiye getirilen bir sınırlandırma değil, insan özgürlüğüne karşı da bir hareket olduğunu ifade etmektedir.³⁵

Adem-i merkezileşmeye ülkeler üzerinden örnekler verilirse; Çin'deki ekonomik reformları yetersiz bulan halk medyada da reformlar görmek istemiştir. Medyanın ticarileşmeye ve uluslararası açılması isteği beraberinde merkezi politikaların gücünü azaltacağı endişesini de getirmiştir. Medya reformları içinde en önemlisinin âdem-i merkezi yapının gelmiş olmasıdır diyen Chan&Qui, 1986'da çıkan yasalarla medya sektöründe içinde olduğu birçok sektörün özerkleşme konusunda teşvik edildiğini belirtir. Liberalleşme medyaya âdem-i merkezi yapıyı sağlamıştır. Bu gelişme medya profesyonellerinin de sayısında bir artışa neden olmuştur.³⁶

Polonya'ya bakıldığında ise 1989'da başlayan politik değişimlerle iki yönlü bir süreç başlamıştı. Bir yanda ekonomik reformlarla liberalleşmeye doğru adımlar atılmış diğer yanda ise demokratikleşme süreci başlamıştı. Polonya medyası da bu süreçte yeni yapılanmanın içine girmişti. 1994'ten başlayarak ticari yayıncılık yapılabilmesi için özel radyo ve televizyonlara lisans vermeye başlanmıştı. Özellikle Polonya ulusal basınında o dönemde şüpheli olan tarafsızlığın yerel basınla sağlanabildiğini belirten Karol Jakubowitz, medyada adem-i merkezileşmenin hem planlanan hem de kendiliğinden gelişen bir süreç

³⁵ Dora Orlasky, "Decentralization Politics and Policies", ed:Stuart S. Nagel,Critical Issues in Cross-National Public Administration: Privatization, Democratization, Decentralization, QuorumBooks, Westport, CT, 2000, 181-182

³⁶ Joseph Man Chan, Jack Linchuan Qiu, " CHINA, Media Liberalization Under Authoritarianism", ed. Monroe E. Price, Beata Rozumilowicz , Stefaan G. Verhulst, Media Reform: Democratizing the Media, Democratizing the State, Routledge. London, 2002, 30-31

olduğunu söyler. Yerel radyolar yaptıkları yayınlarda tamamen kendi bölgelerine ait programlar üretebilmişken, yerel televizyonlar ise dış alımlara daha çok fazla bağımlı kalmışlardır.³⁷

Bunun nedenleri olarak televizyonda üretimin daha fazla bütçe gerektirmesini ve teknik olarak da daha donanımlı stüdyolara ihtiyaç duyulmasını gösterebiliriz. Yayıncılığa radyolarla başlanması bu nedenledir.

Adem-i merkezileşmenin ekonomik ve politik dayanaklarını örneklerle vermeye çalıştıktan sonra bu oluşumu destekleyen bir başka ögeyi, teknolojik yenilikleri de ifade etmek gerekir. Yerel televizyonların gelişimine etkisi olan teknolojik gelişmelere baktığımızda kablolu teknolojiyi ve uydu sistemini görürüz. Bu gelişmeler yerel medyanın kullanımını arttıran faktörler olmuştur. Medya da kablolu teknolojinin kullanılmasının nedenlerinden biri kablolu teknolojiyi ortaya çıkartan şirketlerin medyaya yaptığı baskıdır. Bu baskıyla hem genel medya hem de yerel medya kablolu teknolojiyi yaygın bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Kablolu teknolojinin kullanımıyla yerel medyanın ulaştığı alan da artış olmuştur. Diğer yanda da yaygın medya kablolu teknolojiyi kullanarak ülkenin her yanına ulaşmayı amaçlamıştır. Kablo ve uydu yayıncılığı teknolojileri yeni medya teknolojilerinin görünen yüzü olmuştur.³⁸

Televizyon çağındaki yeni teknolojiler, yerel televizyonlara rekabet edeceği yeni televizyon kanalları kazandırmıştır. Kablolu yayınların ve daha sonra da uydu teknolojilerinin gelişimiyle hem yeni ulusal kanallara hem de yeni uydudan yayın yapacak kanallara imkân sağlanmıştır.³⁹

Yasaların ve teknolojik gelişmelerin yerel medyaya yayına geçme sansı vermesi ile birlikte büyük holdinglerin elinden çıkan programların karşısında yerel televizyonlar da kendi coğrafyalarına yayın yapmaya başlamışlardır. Yerel televizyonların âdem-i merkezi yapılarıyla yaygın medyada bulunmayan, kendi kültürlerini yansıtan konuları ekrana

³⁷ Karol Jakubowicz, "Media in Transition: The Case of Poland", ed. Monroe E. Price, Beata Rozumilowicz, Stefaan G. Verhulst, Media Reform: Democratizing the Media, Democratizing the State, Routledge, London, 2002, 209-210

³⁸ Granville Williams, "Local Visions Cable Television: The New Local Medium?", ed:Bob Franklin & David Murphy, Making the Local News: Local Journalism in Context, Routledge, London, 1998, s. 51.

³⁹ Fitzoy Dearborn, "Local Television", Encyclopedia of Television, ed. Horace Newcomb, Volume 2, DL, 2004, 1378

taşıdıklarını var saymaktayız.

2.2. Yerel Medya ve Kamuoyu

Eski toplumlarda yurttaşların “agora”da toplanıp konular hakkında görüş bildirmesi günümüzde olanaksızdır. Hukuk devletinde vatandaşların ifade özgürlüğü bulunmakla beraber eskiden olduğu gibi bu ifade özgürlüğünün “agora”larda toplanarak ifade edilmesi mümkün değildir. Modern toplumlarda, büyüyen ekonominin içinde, üretimde, çevresel konularda vatandaşın söz hakkı bulunmamaktadır. Demokrasilerde vatandaşlara bu ifade özgürlüğü, parlamento, siyasal partiler, medya gibi çeşitli kanallarla verilmektedir.⁴⁰

Kaldor ve Vejevoda, demokrasiyi vatandaşların bilgiyi almasında ve kendilerini ifade etmesinde bir engelle karşılaşmaması olarak tanımlamaktadır. Bunun yanında kamu yararına duyurulması gereken bir olayın, sürecin de medyada yansiyabilmesi gerekmektedir. Ancak kapitalist toplumlarda medyanın birkaç görevi birden bulunmaktadır. Medya hem okuyucuya hem topluma hem de tüketicilere ulaşmak zorundadır.⁴¹

Bu toplumlarda ticari, yaygın medyanın asıl amacı, maksimum kazancı elde etmek olduğundan, siyasetle ilgili haberleri vermektense daha çok tüketime yönelik, reklamlara yer vermektedirler. Fakat medya sahipleri amaçlarını açıklarken gizli gerçeği kapatıp onun yerine halka ihtiyacı olan haberi onlara vermek için yayına başladıklarını açıklamaktadırlar.⁴²

Medya sahipleri büyük karlarla projeler hazırlarken yerel insanın ihtiyaçlarını medyaya taşıma ihtiyacını hissetmemektedirler. Yerel de yaşayan insan sesini ancak yerel medya da duyurabilmektedir. Bugünkü yazılı basında da sorunun okuyucuyla aradaki bağlantıyı kuramamaları olduğunu söyleyen Pavlik, genel basının yereldeki okuyucuya ulaşamadığını belirtmektedir. Pavlik, yerel televizyonların ve yerel gazetelerin o bölgeyi ilgilendiren haberleri, hem yereldeki okuyucusuna ulaştırıp hem de ulusal ve uluslar arası

⁴⁰ John Keane, Medya ve Demokrasi, çev. Haluk Sahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul,1991, 152-153

⁴¹ Owen V. Johnson, “The Media and Democracy in Eastern Europe”, ed. Patrick H. O’Neil & Lynne Rienner, Communicating Democracy: The Media and Political Transitions, Boulder, CO. 1998, 113

⁴² Johnson, 120.

toplumlarla yerel arasındaki bağlantıyı kurması gerektiğini ifade eder.⁴³

Yerele dönüş, küresele bir tepki olarak da gerçekleşebilir. Yereldeki insan küreselleşme aracılığıyla modernliğin bir biçimiyle karşılaştığında kenara çekilip süreci kontrol edemediğinden, kapsayıcı olan bu sürecin dışında yerler tutmaya çalışır. Ayrıca büyük toplumlarda sınırdaki yasayanlar genel olarak toplumsal yaşamın temsilinde bulunmadıklarından kendi temsilyetlerini görmek istemektedirler. Hall, 20.yy içinde modern sanatla beraber ortaya çıkan yeni öznelerin, sınırdakilerin, yerelin etnikliklerin, cinsiyetlerin, cemaatlerin, kendilerini toplumda konuşabildiklerini söyleyerek dışlanan bu grupların kendilerini ifade etmelerinin de küreselleşmenin bir sonucu olduğunu söyler.⁴⁴

Yerel televizyonlar ise, yerel coğrafyaya ait insana yayın yaparken aslında demokrasinin de işlerliğini sağlamaktadırlar. Kendi sorunlarını ifade edebilecekleri bir mecraya sahip olan yerel bölgeler merkezle de daha rahat ilişki kurabilmektedirler. Çalışmamızın alan bölümünün de incelenecek olan yerel bölge insanının yerel televizyonlarda yer bulabilmesi ve sorunlarını ekrana taşıyıp, çözüm istemesi yine yerel medyanın özelliklerindedir.

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.⁴⁵

Yerel televizyonların toplum hayatı için ne kadar önemli olduğu bilinen bir gerçektir. Yapıları gereği ulusal televizyonlar, gerek devlet televizyonu gerekse de özel televizyonlar geniş yığınlara seslenirler, oysa yerel televizyonlar belirli bir topluluğa, bir bölgede veya kentte yaşayan izleyicilere ve gruplara seslenmektedir. Ulusal televizyonlar ya devlet tekelinde ya da özel sektör girişimcileri ile yayın faaliyetlerini sürdürürlerken, yerel televizyonlarda durum biraz daha farklıdır. Yerel televizyonlar derneklerin, yerel

⁴³ John V.Pavlik, "Citizen Access, Involvement and Freedom at Expression in an Electronic Environment", ed. John V. Pavlik, Frederick Williams, The People's Right to Know: Media, Democracy, and the Information Highway, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ. 1994, 155-156

⁴⁴ Stuart Hall, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", çev. S.Hakan Tuncel, der. Anthony King, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999, 55-56 .

⁴⁵ VURAL Murat, Yrel Basının Kamusal Oluşum Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın Kamuoyu İlişkileri. Doktora Tezi, Eskişehir 1997, 100

bölge topluluklarının, sendikaların, belediyelerin, vakıfların, mesleki örgütlerin, üniversitelerin ve çeşitli toplumsal kuruluşların girişimleriyle faaliyetlerini sürdürmektedirler. Günümüzde artık siyasal partiler ulaşmak istedikleri bölgelerde kendilerini yerel halka daha iyi tanıtabilmek, çalışmalarını duyurabilmek amacıyla yerel televizyonlardan faydalanmakta, hatta kitle iletişim araçları arasında en etkili araç konumunda olan televizyonun gücünden maksimum ölçüde yararlanabilmek için yerel televizyon kanalları kurmaktadır.⁴⁶

Yerel televizyonlar bireylerle yerel halk arasında kamuoyu oluşturma gücü yüksek olan en etkili kitle iletişim aracı konumundadır. Yerel halkın düşüncelerinin ifade edilmesinde, onların sorunlarına çare bulunmasında yerel televizyonlara daha fazla görev düşmektedir. Yerel televizyonlar yerel yapının tüm katmanlarında gerek ekonomik, gerek siyasi ve gerekse de kültürel olmak üzere, bir ülke içinde çok sesliliğin ve demokrasinin vazgeçilemez kilometre taşlarını oluşturmaktadırlar.

Yerel Televizyon diğer kitle iletişim araçlarından görsel ve işitsel özelliğinden dolayı yerel kamuoyu oluşturmada önemli ve etkili araçtır. Hedef kitleye ulaşma açısından yerel basından daha geniş bir kitleye sahip olması önemini bir kat daha artırmaktadır. Diğer taraftan ülkemizde okuma yazma oranını düşük olması nüfus ve basının baskı sayısı açısından etkinliğini artıran diğer bir faktördür.⁴⁷

Ulusal boyutta özelleştirme, siyasal, ideolojik ve ekonomik gelişmeler televizyon yayınlarında pornografi, şiddet, çevreci örgütlerin temiz çevre kampanyaları kamuoyunun konu ve sorunları olurken, yaşanan çevre kirliliği, kent içi trafik sorunları yerel yönetimlerin çalışma konuları, kentsel yapılaşmadaki sorunlar yerel kamuoyunun konularını oluşturmaktadır.

Kamuoyu oluşturma sürecinde kitle iletişim araçları siyasal partiler, baskı gurupları, sivil toplum örgütleri yer alırken, yerel boyutta kamuoyunun hedef kitesini şöyle sıralamak mümkündür:

-Kent veya yörede yaşayanlar

⁴⁶ Kandemir Ceyhan, Türkiye’de Yerel Televizyon Yayıncılığı, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 14, İ.Ü. Yayınları, İstanbul, 649

⁴⁷ Öktem Niyazi, İletişim Çağı ve Özellikleri, Altın Kitaplar Yayınevi İstanbul, 1996, 32

- Yerel televizyon izleyicileri
- Yerel yönetimler
- Resmi kamu kurumları
- Sendika ve derneklerin yerel şubeleri
- Siyasi partilerin yerel teşkilatları
- Reklam verenler

Yerel kamuoyu olarak, o kentte veya yörede yaşayan insanların inanışları, kanaatleri ve çeşitli toplumsal olay ve konularla ilgili düşünceleri ile bu düşünce ve kanaatleri bireyin yaşadığı çevre içinde yarattıkları bir yaptırım gücü oluşturmaktadır. Yerel televizyonların hedef kitlesini oluşturan guruplar, demokratik bir ortamda karşılıklı bir iletişim içerisinde bulunarak kentin ya da yörenin dinamizmini artırmaktadırlar. Bu açıdan yerel televizyonlar yerel kamuoyunu oluşturmada kent adına çalışmaları, uygulamaların gerçekleşmesinde önemli bir işlevi yerine getirmektedirler.

Yerel televizyonlar bir taraftan kamusal iradeyi açıklarken diğer taraftan yerel kamuoyunun biçimlenmesinde önemli bir iletişim aracıdır. Bu işlevi ile yerele televizyonlar kamuoyu üzerinde ortak ve etkili bir baskı oluşturarak yerel yönetimler ve siyasal oluşumlar üzerindeki etkisiyle daha tutarlı ve duyarlı çalışmalar sergilemelerine olanak sağlamaktadırlar. Böylece kent yaşamında yöneten ve yönetilen ilişkisinde demokratik bir ortam yaratılmış olmaktadır. Kent yaşayanlar kent yaşamını sürekli sorgulayarak ortaya sürekli yeni değerler koymalarının gerekliliği vurgulamaktadırlar.⁴⁸

Yerel Halk, yerel televizyonda kendi sorunlarını, gelişmeleri izleme şansına sahip olurlar. Aynı zamanda kendisi ve çevresi ile ilgili her şeyi daha yakından takip edebilir ve aktif bir rol üstlenebilir. Bazen de yönlendirici olabilirler. Etkileşimli bir iletişim ortamında yerel televizyonların önemi burada daha da artmaktadır.

Ülkemizdeki demokratik yapılanmaların yetersizliği ve demokrasinin kurumlaşmaması katılımcılığın önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. Çok sesliliğin demokratik bir ortamda oluşabilmesi iletişim araçlarının da çok sesliliğini gerektirmektedir. Bu da ancak demokratik bir ortamda mümkün olabilir. Batı

⁴⁸ Bumin Kürşat, Demokrasi Arayışında Kent, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul, 1996, 18

demokrasisinde kamuoyunu besleyen kaynaklara baktığımızda bu işleyişi görebiliriz. Batının benimsediği toplumsal yaşam biçiminde sadece tartışmanın kendisi değil, tartışmanın temelini oluşturan bilgi birikimi de önem taşımaktadır. Böylece bireylerin kendilerini ilgilendiren konularda bir görüşe sahip olmaları ve alınacak kararlara katılmaları, alınacak kararlar karşısında belirli bir tutum sergilemelerine olanak sağlamaktadır.⁴⁹

Kuşku yok ki yerel yönetim organlarının salt seçimle oluşmasının öngörülmesinin kurumlara demokratik nitelik kazandırmaya yetmez. Biçimsel koşulların bir adım daha ötesine gidilerek gerçek bir katılım yollarını açmakla sağlanır burada sözü edilen katılımın gerçekleşmesinde yerel kitle iletişim araçları özellikle yerel televizyon kanalları çok büyük rollere sahiptirler.

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 daha yakındırlar. Bölgeyi ve bölge halkını iyi bilirler. Yerel halk kendi televizyonunda kendi sorunlarını, gelişmesini sesini, yüzünü görür. Özellikle kişiler genelde kendi çevresinden ya da kendisiyle öz yüzünü görmekten çok hoşlanır. Bu nedenle yerel halk kendisiyle ya da çevresiyle ilgili her şeyi daha yakından izler olaylara daha yakından sahip çıkar.

Yerel televizyon kanallarının demokrasinin kurumsallaşıp kökleşmesi, yurttaşlık bilincinin artması, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi bakımından sayısız katkıları bulunmaktadır. Yerel televizyon kanalları demokrasinin akciğeri olarak kabul edilmektedir. Sermayenin ulusal gazete ve televizyonların üzerine tekelleştiği bir ortamda yerel medyaya olan ihtiyaç giderek artmaktadır. Turgut Özal'ın başbakanlığı dönemine kadar devlet güdümünde olan ulusal medya, Özal ve sonrası sermayenin güdümüne geçmiştir. Hükümetlerle iş yapan medya patronları, haber-yorum politikalarını hükümetleri rahatsız etmeyecek şekilde götürmektedirler. Halkın tepkisini, sorunlarını bürokratik mekanizmaya taşıması gereken medya, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesine çalışması gerek medya, halkın değerlerini görmezden gelmekte, özgürlük alanlarını daraltan hükümet kararlarına

⁴⁹Cemal Ahmet, Eğitim Temeli Açısından İletişim, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri Yayınları, Kasım-Aralık 12 İstanbul, 1996, 136

destek olmaktadır.

Gazeteciliğin temel kuralı olan "haber kutsal, yorum hürdür" anlayışı, yerini "haber de, yorum da patronların istediği gibidir" anlayışına bırakmıştır. Ulusal televizyon kanalları renkliliklere sahip çıkmamakta, farklı olanı devlete isyan etmiş gibi göstermektedir. Oysa ülkemiz gerek tarihsel kimliği, gerekse kültürel dokulara göstermiş olduğu hoşgörü nedeniyle bir gökkuşağını andırmaktadır. Ne var ki bugün gelinen noktada ulusal medya patronları devlet ihalelerin almak, teşviklerden yararlanmak, kredi kullanmak adına hükümetlerin sözcüsü olmuş durumdadır.⁵⁰

Oysa yerel medya; Çoğulculuğun koruyucusudur: Ulusal medyanın tek boyutlu ve aynı tezgâhtan çıkmış gündemine karşı yerel medya ve özellikle yerel televizyonlar halkın gerçek gündemine ekranlara taşımaktadır. Ulusal medya, siyasi konjonktüre göre gündemi belirlerken yerel TV'ler ise gündemlerine halka ve halkın değerlerine endekslenmişlerdir. Ulusal medya hükümetleri ve onların politikalarını desteklemek gibi bir görev edinmişken, yerellerin böyle bir sorunu yoktur. Ayrıca yerel medya olağanüstü durumlarda kendini şartlara göre ayarlama gibi zorunluluk hissetmezken yani "durumdan vazife çıkartmazken" bu durum ulusal medya için rutin bir hale geldi. Yerel televizyon kanalları her türlü görüşe saygılı, farklılıkları renklilik sayan bir anlayışa sahiptir. Yerel televizyon kanalları kendilerine resmi gündem edinmezler. Bir kişi ya da gruba karşı hükümetin-devletin almış olduğu karara göre değil doğrulara göre yayın yaparlar. Kültürel çoğulculuğa, fikri zenginliğe destek verirler. Kimseye sansür-ambargo uygulamazlar. Ezeli yâda ebedi dost ve düşmanları yoktur. Tek dostları akıl, sağduyu, hoşgörüdür. Bütün bu saydığımız nedenlerden dolayı yerel televizyon kanalları çoğulculuğun, çok sesliliğin anahtarı, akciğeridir. Yerel yönetimleri denetlemektedir: Yerel televizyon kanalları bir ilin en yüksek mülki amiri sayılan vali-belediye başkanı-il emniyet müdürü gibi yetkililerin görevlerini tam olarak yerine getirebilmeleri için yol göstermektedirler. Yörenin bakımsız kalmış 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 tamirinde, valinin ya da belediye

⁵⁰ <http://www.jurnal.net/arastirma/arastirma-10.htm>

başkanının yapması gerektiği halde yapmadığı toplantıların takibinde, uyuşturucu satan, haraç toplayan çetelerin yakalanmasında etkin rol oynamaktadır. Bütün bu yanlışların, eksiklilerin düzeltilmesin yerel kanalların büyük rolü olmaktadır. Bütün bunların yanı sıra halkın sorunlarının belediye, valiliğe, emniyet müdürlüğüne taşınmasında, bu sorunların çözümünün takibinde yerel kanalların son derece büyük önemi vardır. Sivil toplum örgütlerinin güçlenmesini sağlamıştır. Yerel televizyon kanallarının ortaya çıkması sivil toplum örgütlerinin çoğalmasına, etkinliklerinin artmasına büyük katkı sağlamıştır. Yerel televizyon kanallarının 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. Çevreyle ilgili sorunlarda çevre koruma derneklerin, sağlıkla ilgili sorunlarda sağlıkla ilgili dernekleri, demokrasinin ve hukukun üstünlüğünün tartışıldığı zamanlarda ise bu konuyla ilgili derneklere söz hakkı vermişlerdir. Böyle olunca da sivil toplum örgütleri görüşlerini geniş halk kesimlerine duyurmuşlar, bu durum neticesinde ise halk negatif ya da pozitif bir tavır almıştır. Ayrıca yerel televizyon kanalları sivil toplum örgütlerinin kampanyalarını zaman zaman ücretsiz olarak yayınladıklarını görüyoruz. Bu şekilde onların kamuoyu oluşturmaya katkıda bulunmuşlardır. Kültürel mirasın ve farklılıkların korunmasında önemli rolü var: Yerel televizyon kanalları farklılıklara, tarihi eserlere sahip çıkmaktadır. Farklı uygarlıklara ait kültürlere ilişkin yapılan çalışmalara destek olmaktadır. Yerel TV'ler gözden kaçmış, ihmal edilmiş, üstü örtülmüş tarihi eserleri bulup çıkarmakta, onların hangi medeniyete ait olduğunu, bilim adamların eşliğinde tespit ettirmektedir.

Yerel televizyonların işlevlerine baktığımızda yerel televizyon yerel demokrasinin gelişimine büyük katkı sağlar, yerel halkın sorunlarını ele alır, bu ele alış tarzıyla onları bilgilendirir ve eğitir.”Yerel televizyonların işlev ve sorumlulukları yaygın televizyonla aynı doğrultudadır.

Yazılı-görsel-işitsel basının topluma karşı görev ve sorumlulukları birbirlerinden farklı olmadığından, işlevleri demokrasinin sağlığı açısından çok önemlidir. Basının temel işlevinin bilgi ve olayları doğru ve saptırmadan halka duyurmak olduğunu hatırlarsak, daha doğrusu hiç unutmazsak, içinde yaşadığımız topluma da görevimizi yerine getirmiş oluruz.

Yerel birimler kendi medyaları ile bu bilgilenmeyi daha derinlemesine edinirler.”⁵¹

2.3. Dünyada Yerel Televizyon Yayıncılığının Başlaması

Elektronik yayıncılığın başlangıcından itibaren ticari ve kamu yayıncılığı olarak temel iki düzenleme bulunmaktadır. Her iki sistem de içinde buldukları ülkenin demokrasi geleneğine göre şekillenmektedirler. Amerikan sistemi olan ticari gelenekte, iletişim özgürlüğü çerçevesinde bireyin, fikir ve bilgi edinme hakkı olduğu kadar, iletişim araçlarına da sahip olmaya hakkı vardır. Devletin tek görevi kural koyucu olması, yasaları düzenlemesidir. Bu kurallara uyan herkes radyo ve televizyon istasyonlarına sahip olabilmektedir. Devlet ve istasyon arasındaki ilişki, herhangi bir ticari kuruluşla olan ilişkiden farklı değildir. Sistemin en belirgin olduğu ülkeler ise A.B.D, Latin Amerika, Avustralya, Tayland ve Filipinlerdir. Ticari yayıncılık geleneğinde yayınların kapsama alanı ile ilgili bir sınırlama bulunmamaktadır. Ticari yayıncılık anlayışında yayın kurumlarının ulusal düzeyde ve yerel düzeyde yapılması konusunda bir sınırlama getirilmemiştir. Bu sistemde yayıncılık hem ulusal hem bölgesel hem de yerel düzeyde var olabilmektedir. Medya sisteminde yerel oluşumlar daha çok iletişim örgütleri merkezi bir yapıya, kamuya ait olan Avrupa ülkelerinde gerginlik yaratmıştır. “Yayın devletin düzenli olarak ayırdığı bütçeden, ruhsat ücretleri ve sınırlı sayıda reklam gelirinden finanse edilmektedir.”⁵²

ABD’de frekans düzenlemeleri, organizasyonlar, finans sorunları ve yayınla ilgili tüm işlerle uğraşan kuruluş FCC (Federal Communications Commission), yerel televizyonların başlamasında destekleyici rolü vardır. Bu nedenle de ABD’de yerel televizyonların endüstrinin desteği ile ortaya çıktığı söylenebilir. Yerel istasyonların, kendi topluluklarına, yerel ritimleri, istekleri, duyguları ve ideolojileri aktarabilecekleri bir ortam olduğu düşünülmüştür. Başlangıçta bütün televizyonlar yerel yayın olarak başlamış, deneme yayınlarıyla ticari olmayan, spontane yayınlar yapmışlardır. İlk televizyon istasyon sahipleri daha önceden radyo yayıncılığı yapanlar, gazete çıkarıcılarıdır. Teknolojinin

⁵¹ Ozan Rengin, Yerel Televizyon Derken, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 16, İ.Ü. Yayınları, İstanbul, 2003, 585

⁵² “Dünyada Yerel Medya Örnekleri” Nilüfer Timisi, www.bianet.org, 8.1.2001.

gelişimiyle, istasyonların birbirleriyle bağlantısı yapılmış, yayın alanları genişlemiştir. Daha önceden sadece kendi bölgelerine yayın yapan, kendi izleyicisine ulasan televizyonlar, yayın alanların büyümesiyle beraber yayın saatlerini ve günlerini daha düzenli bir hale getirmişlerdir. Her televizyon izleyicisine bağlı olarak programlar yapılmaya başlanır. Yani kendi izleyicisine göre her televizyon farklı formatların üzerine gitmiştir. Örneğin bir televizyonda talk show yapanlar, diğerinde çocuk programları yapanlar vardı. Bir televizyonda sevilen bir programın benzeri diğer televizyonlar da yapılmaya başlanmıştır.

Yerel televizyon programlarında izleyiciden gelen mektuplara yanıtlanıyor, sorulan sorulara cevaplar veriliyordu. Haberler ise yerel bölgeler için hazırlanıyordu. Önceden planlanıp yapılan haberler değil, bölgenin ihtiyacı olan haberler hazırlanıyordu. ABD’de yerel televizyon için başlayan ve başarılı olduktan sonra ulusal kanallara geçen programlar da vardı. Örneğin, Philadelphia’da başlayan “Ernie Kovacs”, “Dick Clark” veya Chicago da yapılan “Burr Tillstrom” “Fran Allison” daha sonra ulusal kanala geçen programlardı. Diğer yandan da yerel kanallar bazen deneme amaçlı kullanılıyordu. Yani yerel de başlayıp, sevilip sevilmediğine bakarak daha sonra ulusal kanala alınan programlar da vardı. Örneğin, önceden Chicago da bu amaçla yayınlanan “Chicago okulu” daha sonra ulusal kanala geçmişti.⁵³

Diğer yandan ulusal kanallar haber ağlarını genişletebilmek için farklı yerel alanlara yerel televizyonlar açmaya başlamıştı. Örneğin NBC televizyonu, Washington’a yayın yapan WRC-TV kanalı ile haber yayma ağını genişletmiştir. 1990’dan itibaren de Los Angeles kanalı KCAL TV, beş ayrı yerel bölgeye hitap eden farklı haber programıyla her gece yayın yapmaya başlamıştır. Yerel televizyonlar kullandıkları teknoloji sayesinde ulusal ve uluslararası olayları alıp kendi yerel yorumları ve yorumcularıyla izleyicilerine sunuyorlardı. 1970’lerde İran’da rehin alınan kişilerin serbest bırakıldığı zaman yüzlerce yerel televizyon kanalı, haberi takip edip haberin verileceği yerel alana göre haberi isliyorlardı. Oklahama’nın bombalanması, papanın bir ülkeye yapacağı ziyaret yerel televizyon programcıları tarafından da takip edilmekteydi.

⁵³ Fitzoy Dearborn, “Local Television”, Encyclopedia of Television, ed. Horace Newcomb, Volume 2, DL, 2004, 1377-1378

Yerel alanlarda haber yapılırken çok ilginç görüntülere de ulaşılabiliyordu. San Fransisco'da yayın yapan KRON-TV nin 1988 yılında yakaladığı bir olayda George Bush'a karşı yapılan bir gösteri sırasında tarım çalışanlarından bir kadın işçinin polis tarafından dövülmüş ve polis bu suçlamaları kabul etmemişti. Bunun üzerine KRON-TV olayın ekrana taşınıp polisin kimliği de deşifre etmiştir.⁵⁴

Avrupa'ya baktığımızda tüm kıtada ticari televizyonculuğun en son gerçekleştiği ülke olarak İngiltere'yi görürüz. İngiltere'de radyo ve televizyon yayınları 1922'de ticari bir şirket olarak kurulan daha sonra, 1927'de devletten bağımsız yayın yapabilen bir kamu kuruluşu olan BBC tarafından yürütülmekteydi. İngiltere'de ITA (Independent Television Authority-Bağımsız Televizyon Otoritesi) adlı kurum,1954 yılında çıkardığı bir yasa ile BBC'nin televizyon tekelini kaldırmıştı. Ancak radyo alanında devlet tekeli BBC tarafından sürdürülmekteydi. Temmuz 1972'de yeni bir yasal düzenleme ile ITA'nın adı, IBA (Independent Broadcasting Authority- Bağımsız Yayıncılık Otoritesi) olarak değiştirildi. “Yasayla 60 yerel ticari radyonun kurulabileceği ve bunların bir yönetim konseyi niteliği taşıyan IBA tarafından belirleneceği açıklanmıştı. Böylece BBC'nin devlet tekeli kalkmış ve ticari yerel yayıncılık yapılabilmesinin önü açılmıştı.” işçi sendikaları, yerel kooperatifler ve basın kuruluşları radyo kurabilecekler ya da bir radyoya ortak olup yayın yapabileceklerdi.

Ekim 1973'te Londra'da London-Broadcasting Company ve Capital-Radio adlı ilk iki radyo istasyonu kuruldu. Radyoların sermayeleri The Observer ve London Evening adlı basın şirketlerine aitti. “Bu radyoları yerel ticari yayın yapmak üzere Glasgow, Birmingham, Manchester, Newcastle ve diğer kentlerde kurulan radyo istasyonları izledi. 1990 yılına gelindiğinde ise IBA tarafından izin verilmiş 46 yerel ticari istasyon bulunurken BBC tarafından kurulmuş 20 yerel istasyon bulunmaktaydı.⁵⁵

Kablolu yayıncılığın başlangıcı İngiltere'de 1950'li yıllarda gerçekleşmişti. Böylece kamu da BBC'nin, özel sektörde de ITV(Independent Television)'nin tekeli kırılmaya başlamıştı. İlk kez 1972 yılında beş şehre, Swindon, Bristol, Wellingborough, Sheffield,

⁵⁴James Roman, Love, Light, and a Dream: Television's Past, Present and Future, Praeger, Westport,CT,1998, 90-91

⁵⁵ “Dünyada Alternatif Yayıncılık” Ersoy Soydan, <http://ilef.ankara.edu.tr>.

Greenwich, yerel televizyon yayıncılığı için yayın izni verilmiştir. ABD'deki yerel yayıncılığı model olarak yayına başlayan bu şehirlerde televizyonlara üye olarak yayınları izleyenler çok azdı. 205 Edinburgh yerel televizyon kurumu başkanı olan Dave Rushton, kablolu yerel televizyonların haberden, spora, sanattan, müziğe her konuda yayın yapabileceğini belirtir. Ayrıca yerel televizyonlar oluşan bir problemin konuşulabileceği forum alanı olarak da kullanılabilir. Örneğin 1995 yılında yayına başlayan yerel kanal The Milton Keynes Channel, ekranda eğitimin nasıl ileri bir seviyeye taşınabileceğini yerel yönetim kurumuyla beraber işlemişlerdir. Leicester'dan yayın yapan Cable 7 ise tamamen ABD yayıncılık modeli ile yayınlarını sürdürmüştür. Holland, İngiltere'de yerel yayın yapan çoğu kanalın amacının ticaretle ilgili değil, kamu hayatına değin programlar yapmak olduğunu ifade eder.⁵⁶

Yerelin ve yerel yayıncılığın tartışıldığı bu bölümde geleneksel yerel kavramındaki değişimler, bu değişimlerin yerel medyaya yansımaları üzerinde durulmuştur. Geleneksel olarak yerel kavramı, bir coğrafi bölgeyi diğerlerinden ayıran kültürel özelliklere farklılıklara verilen tanımlamayı. Küreselleşmenin etkisiyle birçok tanımda olduğu gibi yerel kavramında da değişimler oldu. Yerel artık sadece bir coğrafi alanı işaret eden kavram değil, şehirlerin içinde, ya da dünyanın bir başka köşesinde de kendini gösterebilen bir kavram haline gelmiştir. Yerel medyaya baktığımızda ise, onu yaygın medyadan ayıran özellikleri yani sınırdaki insanın sesi olabilme özelliğini görürüz. Küresel dolaşımda olan kültürel ürünler, televizyon programları, yerel kültürel yapıda ve yerel televizyon programlarında değişim meydana getirebilmektedir. Yerel televizyonun kendisine rakip olarak yaygın medyayı görmesi ise yerel televizyonlar için bir tehlikeye işaret eder. Çünkü o zaman yerel insanın günlük yaşamını yansıtabildiği, sorunlarını taşıyabildiği bir platform olarak görülen yerel televizyonların özelliği kaybolmaktadır. Yerel televizyonların yayın alanı ise eskiden olduğu gibi sadece yerel coğrafi alan olmaktan çıkmıştır. İnsanlar artık doğdukları yerde yaşayıp, çalışıp orda hayatlarını tamamlamadıkları için Arjun Appadurai'nin belirttiği gibi artık yeni küresel etno alanlar oluştuğundan yerel televizyonlarında yayın alanları değişmiştir. Bu çalışmanın da analiz bölümünde örneği

⁵⁶ Patricia Holland, *The Television Handbook*, Routledge, London, 2000, 233

olduğu gibi yerel bölge yayını olarak başlayıp, uydu yayıncılığı ile yayın hayatına devam eden yerel televizyonlar mevcuttur.

2.4. Türkiye'de Yerel Televizyon Yayıncılığı

Türkiye'deki televizyon yayıncılığı tarihinin yakın geçmişine bir göz atarak hatırlatma yapmamız gerekirse, 1982 Anayasası'nın 133. Maddesi "Radyo-televizyon istasyonları ancak devlet tarafından kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir" ifadesiyle devlet tekeli söz konusu kılıyordu. 1968 yılının Ocak ayında başladığı ilk yayınlarıyla TRT Kurumu'nun tekeli, 8 Temmuz 1993 tarihinde 3913 Sayılı Yasa ile değiştirilen Anayasa'nın 133. Maddesi ile kaldırılmıştır. Madde 133.'e göre Radyo ve televizyon istasyonlarını kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumunun özerkliği ve yayınların tarafsızlığı esastır. Böylece Anayasa'nın 133. Maddesi özel radyo ve televizyonların kurulmasını yasal hale getiriyor ve TRT'nin yayın tekeli ortadan kalkıyordu. Aynı zamanda TRT'ye de ilk kuruluşundaki özerkliği iade ediliyordu.⁵⁷

Türkiye'de özel radyo ve televizyon yayıncılığı 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun" ile 13 Nisan 1994 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilerek ve 20 Nisan 1994 tarihinde de Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe sokulmuştur.

"Özel radyo ve televizyon yayıncılığı böylece 1990'dan 1994'e kadar geçen dönemde yasal zemini olmayan ancak fiilen varlığı kabul edilen bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Bugün maddelerinde bazı ekleme, çıkartma ve değişiklikler yapılmış olmasına karşın 3984 sayılı kanun halen yürürlükte olup gerek kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT'nin gerekse özel yayıncılık yapan radyo ve televizyonların yayıncılık faaliyetlerini düzenleyen bir yasa durumundadır. Ancak Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığı konusunda bugün de bazı boşlukların olduğu çok açıktır. Frekans tahsisatı, iletişim fakültelerine yayın hakkı, Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun bugünkü yapısı gibi, gündemde olan bazı tartışmalı konuların demokratik platformlarda, konuyla ilgili geniş katılımlı kitlelerin tartışmaya

⁵⁷ Tekinalp Şermin, Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon, Der Yayınları, İstanbul, 249

katılmasıyla çözüme kavuşturulması gerekmektedir”⁵⁸

Özel televizyonlar kapsamındaki yerel televizyon yayıncılığında da çok büyük sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Yerel televizyonların da hukuki sorunları mevcuttur. 3984 Sayılı Kanun’a ek olarak çıkartılan 10 Mart 1995 tarihli Radyo ve Televizyon Yayın İzin ve Lisans Yönetmeliği’nin 1. Bölümü’nün 29. Maddesi’nde yer alan hüküm mahallî yayıncılığı yerel ve bölgesel tanımla coğrafi olarak ayırmıştır. Bir başka deyişle bir ilin merkezine yayın yapan bir yerel televizyon kanalı yasa gereği aynı ilin ilçelerine yayın yapamamaktadır. 3984 Sayılı RTÜK Kanunu’nun 26. Maddesinde yer alan ‘yeniden iletim’ yasağı neyse ki kaldırılarak bu anlamda da çağdışı bir uygulamanın önüne geçilebilmiştir. Genel anlamda ülke genelinde frekans tahsisinin halen yapılamamış olması doğal olarak yerel televizyonlar açısından da ciddi sorunlar doğurmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 133’üncü maddesine karşın 1989 yılından itibaren radyo ve televizyon alanında önemli değişiklikler yaşanmıştır. Radyo ve televizyon kanalları çeşitlenmeye başlamış, ulusal ve yerel yayın yapan radyo ve televizyon kanalı sayısı hızla artmıştır. 13 Nisan 1984 tarihinde kabul edilerek yürürlüğe giren Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ile birlikte en azından yasal düzselinde korsan dönemi sona ermiş ve yasal dönem başlamıştır. Geçici dönemle yasal dönem birbirinden kesin tarihlerle ayrılmadığından uygulamada yasa öncesi ortamda çok farklı bir yapılanma gözlenmemektedir.

Ulusal ve yerel radyo televizyon kanalları tüm hızları ile bugün de yayınlarını devam ettirmektedir. Hatta iki dönem zarfında öyle bir ortam olmuştur ki, sosyal yaşantımıza ulusal ve yerel radyo televizyon istasyonları tamamıyla entegre olmuş, sosyal yaşantımızın vazgeçilmez öğeleri durumuna gelmişlerdir. Bu gerçeği 1994 ve 1995 yıllarında bazı özel kanallara birkaç günlük yayın kapatma cezası verilmesi nedeniyle gösterilen tepkiler açıkça sergilemektedirler.

Artık sosyal yaşantımız özel radyo ve televizyon kanallarının yayınlarından yoksun düşünülemez. Ayrıca demokratik bir yapılanma süreci içerisinde olan toplumumuzda çok sesliliğin gerekliliği hatta ulusal ve yerel yayın yapan radyo ve televizyon kanallarının

⁵⁸ Özgen Murat, Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi ve Yasal Çerçevesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 17, İ.Ü. Yayınları, İstanbul. 431

demokratik yapılanmanı temel motor olduğu Şüphe götürmeyen bir gerçektir.

Tüm bu gerekliliklere rağmen ulusal ve yerel yayın yapan özel radyo ve televizyon kanallarının yayın uygulamaları ve politikalarının tartışılmaya açık olduğu bir diğer gerçektir. Özel radyo ve televizyon kanallarının getirmiş olduğu düzeysiz yayın uygulamaları içeriği boş konuşma ve tartışma programları seviyesiz sunucu Őovları, yanlış kullanılan Türk dili ve taraflı haber yayınları gerçekte demokratik yapılanmayı desteklemekten ziyade toplumu pasifleştirmektedir.⁵⁹

İletişim bilimci Neil Postman bunu açık bir Şekilde dile getirmektedir. Ona göre televizyonlar insanlarda eskiye nispetle daha fazla bilgi sahibi oldukları hissini uyandırsalar da aslında insanlar gerçek bilgilerden uzaklaştırılmakta, bilgisiz bir toplum yaratmaktadır.⁶⁰

Özellikle, özel Radyo Televizyon Yayınları Yasası'nın çıkmasından önce yaşanan bu tablo yasanın işlerlik kazanmasından sonra biraz olsun düzelmiştir. Ancak istenen düzeye de henüz ulaşmış değildir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen çoğulcu demokrasinin gelişimi açısından çok seslilik gereklidir. Aynı Şekilde demokratik yapılanmanın yerel bazda başlaması gerektiği; ancak bu Şekilde demokrasinin sağlam temellere oturtulabileceği de diğer bir gerçektir. Bugün hemen hemen bütün ülkelerde yerel yönetimlere demokratik kurumlarından önde gelenlerinden biri gözü ile bakılır. Bunun başta gelen nedeni yerel yönetimlerin halkın kendi kendini yönetmesine olanak veren kurumlar olmasıdır.⁶¹

Yerel kamuoyu, ulusal ve uluslar arası kamuoyunun bir parçasıdır ve ulusal kamuoyu içerisinde yer alan kitleyle aynıdır. Ancak yerel kamuoyunun ulusala göre farklı tarafı daha dar alanda ve yerel ölçülerde, yörede veya kentte yaşayanları içermektedir. Bu kamuoyunun sınırları ve hareket alanları bellidir ve etkileme düzeyi daha yüksektir.

Ulusal düzeyde oluşan kamuoyunun yanında yerel sorunlarla ilgili ve yalnızca yerel halkı ilgilendiren kamuoyu da söz konusudur. Yerel kamuoyunun oluşması, etkilenmesi ve böylece amaçlanan hedeflere ulaşmasında ulusal düzeydeki kitlelerin olduğu gibi yerel kitlenin de ihtiyaç duyduğu araçlar vardır. Bunların başlıca ve en etkili olanlarından birisi de yerel televizyonlardır.

⁵⁹ Tokgöz Oya, Çağımızın Gazeteciliğini Özellikleri, Yıllık, 1973, 272

⁶⁰ Postman Neil, Televizyon Öldüren Eğlence, Çeviri Osman Akınay, Ayrıntı, İstanbul 1994, 37

⁶¹ Ruşen Keleş, Fehmi Yavuz, "Yerel Yönetimler Ankara", 1983, 25

Türkiye’de yerel televizyonlar birçok sorunla karşı karşıyadır. Yerel televizyonların en temel sorunu hiç kuşkusuz ekonomik sorunlarıdır. Yapılarındaki idari sorunlar, teknik sorunlar hep ekonomik sorunlara dayanmaktadır. Yerel televizyonların en önemli gelir kaynakları reklamlardır, alacakları reklamlar sayesinde ekonomik sıkıntılarına bir çare bulabilecekler idari, teknik hatta eğitim ve personel sorunlarını da bu şekilde çözüme ulaştırabileceklerdir.

Yerel televizyonlar ekonomik, idari, hukuki sorunlarıyla boğuşurken hem devletin hem de özel sektörün yapabileceği girişimlerle bu sorunlar bir nebze de olsa çözüme kavuşturulabilir. Devlet frekans planlamasını biran önce gerçekleştirmelidir. Yerel televizyon kanallarına kredi kolaylığı sağlanabilir, verilecek krediler uzun vadeli ve düşük faizli olmalıdır. Yerel televizyonların teknolojik gelişmelerden yararlanabilmesi için gümrüksüz ekipman alımına izin verilebilir. Yerel yönetimlerin ilan ve reklam panolarından aldıkları paralardan yerel kanallara aktarma yapılabilir. Yerel televizyonlar için enerji ve telefon indirimine gidilebilir, ayrıca tüm çalışanlarına sigorta zorunluluğu getirilmeli, sigorta primleri ödenirken de yerel televizyonlara ayrıcalık tanınmalıdır.

“Yerel medya merkezi yönetimden, yerel yönetimden yapılan yardımlar, kamusal fonlar, destekler olarak farklı gelir kaynaklarına sahip olabilir. Bu konuda yerel medyanın yapabileceği önemli bir şey, birleşerek bu konuda talep oluşturmaktır. Diğer yandan, gelir kaynaklarının piyasa veya kamu kuruluşları olması, yerel medyanın mutlaka onların çıkarlarını yansıtan bir yayıncılık yapması anlamına gelmez. Söz konusu maddi desteklere rağmen, yerel medyanın özerk bir yapılanma içinde olması mümkündür.

Yerel televizyonların ekonomik sorunlarının çözümünde özel sektörden de destek sağlanabilir. Reklam verenler yerel televizyonlara sahip çıkmalıdır. Reklam verenlerin reklamlarını yerel televizyonlara yönlendirmeleri hem ulusal medyanın tekeline kırarak, oluşacak rekabet ortamıyla da hem reklam veren hem de yerel televizyonlar büyük ölçüde istifade sağlamış olacaklardır. Büyük firmalar ulusal televizyonlarla imzalamış oldukları sponsorluk anlaşmalarını yerel televizyonlarla da gerçekleştirebilirler. Yerel televizyonlarda reklam yayınlanma ve sponsorluk ücretlerinin daha uygun fiyatta olması

kuşkusuz yine karşılıklı bir yarar sağlayacaktır.⁶²

1990 sonrası hızla çoğalan özel radyo ve televizyonlar yayın dünyamızda çok renkli ufuk açmıştır. Halen 229 yerel televizyon kanalı yayınlarını sürdürmektedir. Çok sesliliğin ve demokrasinin vazgeçilmezleri olan yerel televizyonlar, bugün özellikle ekonomik açıdan büyük sıkıntılar içindedir. Reklam gelirleriyle yaşamlarını sürdürmek zorunda olan yerel televizyonlar, reklam pastasının büyük dilimini ulusal kanallara kaptırdıkları için zorlanmakta, bu nedenle teknolojik gelişmelere ayak uyduramamakta, nitelikli insan çalıştıramamaktadır. Böylece hiçbir şekilde kamera önünde olmaması gereken insanlar kitlelere hitap edebilmektedir... Bazı yayın kuruluşları bu zorlukları aşmak için ne yazık ki, toplumun yararı yerine bireyin çıkarını öne çıkaracak şekilde yayın yapabilmektedir... Yer televizyonların ekonomik sıkıntılarının hiç olmazsa hafifletilmesi ve yerel televizyonların asıl fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için enerji, haberleşme gibi temel gereksinimlerinde indirimler sağlamak gerekir. Ayrıca yerel yayıncıların hemen her platformda yakındığı yıllık brüt reklam gelirlerinden RTÜK'e ödenen %5 payın azaltılması yerel yayıncıları rahatlatacaktır... Yerel televizyonlar ne yazık ki gerek teknik, gerek idari, gerek insan unsuru olarak olması gereken çizgide değildir. Bugün eğitimi yeterli olmayan kişilerin televizyonlarda önemli ve etkin görevler üstlendiğini biliyoruz. Kısıtlı kamu kaynakları kullanılan ve kamu yararı gözetilerek, eğitilmiş, donanımlı insanlar tarafından yapılması gereken yayıncılığın içinde bulunduğu eğitim eksikliği RTÜK tarafından yapılacak eğitim çalışmaları ile düzeltilebilir. Bu bağlamda RTÜK gelecekte, dil konusu başta olmak üzere özellikle yerel televizyon çalışanları ile ilgili bir dizi eğitim çalışması projesini gerçekleştirmeyi hedeflemektedir.

Türkiye'de yerel televizyonlar genel katılımın, demokrasinin, çok sesliliğin, özgürlüğün ifade bulduğu alanlardır. Ancak ne yazık ki Türkiye'de yerel medya sahip olması gereken gerçek gücünü bulamamıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında önem kazandığı halde, daha sonraki yıllarda bu gücünü kaybetmiştir. Bunun birden fazla nedeni bulunmaktadır. Bunların hemen hemen tamamı

⁶² Burhan Sinan, Yerel Televizyonlar ve Demokrasi, 2002, 6

ekonomik bir kökene dayanmaktadır.⁶³

Yerel televizyonların sorunlarının hemen hemen en tepe noktasında ekonomik sıkıntılar görülmektedir. Ekonomik sorunların aşılması ve hafifletilebilmesi için bir takım çözüm önerileri sunduk. Ancak bu sorunlar biraz azaldığında bile ciddi başka problemler ortaya çıkmaktadır. Yerel televizyonlarda televizyonculuk eğitimi almamış kişilerin çalışması, program üretmesi ve ekran önüne çıkması, hatta ekranı bir silah gibi kullanmaları; yerel televizyonlarda da tıpkı ulusal televizyonlarda olduğu gibi bir bozulmaya yol açmakta ve yerel anlamda medyatik bir kirlenmeye sebebiyet vermektedir. Yerel televizyonlarda çalışan mesleki ehliyet sahibi olmayan kişiler medyanın görevini tam olarak yerine getirememektedir.

Üzülerek söylemek gerekir ki, Türkiye’de yayıncılık, gazetecilik veya medya sahipliği giderek hevese dönüştü. Birkaç heveskâr insan bir araya gelip, ortaya çıkıyor veya birkaç varlık sahibi kişi hobi olarak bu işle uğraşmaya başlıyor. Öyle olunca mesleğin temel ilkeleri ortadan kalkıyor; geleceğe yönelik kurumsallaşma göz ardı ediliyor... Siyaset alanında, sosyal hayatta veya iş dünyasında güçlü olmak isteyen insanlar, toplumu etkilemek ve tek yönlü bilgi sunarak varlıklarını kabul ettirmek istiyorlar ve biz de çoğunlukla çalışanlar olarak, bunlara katılarak toplumun yanlış bilgilenmesine neden oluyoruz.⁶⁴

Yerel televizyonların halkı bilgilendirmek, eğitmek, kamuoyu oluşturmak, bölgesinde olup bitenler hakkında ayrıntılı ve tarafsız haber verme gibi işlevlerini yerine getirirken, bu temel meslek ilkelerine sadık kalarak görevlerini yerini getirecek kişilere ihtiyaçları vardır. Yerel televizyonlar yayıncılık faaliyetlerini sürdürürlerken yerel izleyicilerine saygılarını en üst noktada tutup içerik açısından doyurucu ve kaliteli programlardan ödün vermemelidirler.

Türkiye’de yerel televizyon olayı; maalesef henüz emekleme dönemini yaşıyor. Çok da kolay değil. Avrupa’da bizdeki kadar yerel televizyon olduğunu zannetmiyorum. Bir takım bölgesel kanallar var ve bölgesel yayınlar var. Bizde bu olay şu anda bir heves halinde devam ediyor. Ama inanıyorum ki ekonomi bunu kısa zamanda tasfiye edecektir.

⁶³ Demirkent Nezi, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 18, Erdini Basım ve Yayınevi, 2000, İstanbul, 25

⁶⁴ Demirkent, age, 26

Ama öteki taraftan, toplum için yerel televizyon ve yerel radyo bir ihtiyaç haline dönüşmüş bulunmaktadır. Bu ikisini bir araya getirebilmek için; iş dünyasıyla, sivil toplum örgütleriyle, akademik gruplarla el ele verip akademik yapıyı daha sağlıklı bir yere oturtmamız lazım. Yayıncılığı belli kişilerin merakı olmaktan çıkartmamız ve yerel medyanın sürekli olarak var olduğu bölgeye hizmet etmeyi unutmaması gerekir.⁶⁵

Sonuç olarak yerel televizyonların en temel probleminin ekonomik sıkıntılar olduğu çok açıktır. Bu problemlerin çözümünde devletin yerel televizyonlara sağlayabileceği desteğin yanı sıra özel sektörden ve iş dünyasından gelebilecek destekler de büyük oranda ekonomik yapılarındaki düzelmeye katkı sağlayacaktır. Yerel televizyonların gerek devlet gerekse özel sektörden alacağı bu yardım ve teşvikler, bu yayın kuruluşlarının özerk bir yapıda olmasını engellemeyen ve müdahaleci olan bir tarzda olmalıdır. Tabii yerel televizyonlar da artık emekleme dönemini atıp kurumsallaşmış bir yapıya doğru tüm yayın ve çalışmalarını sürdürmeli, medya kuruluşları olarak tüm görev ve sorumluluklarını yerine getirmelidirler.

Hatta günümüzde ulusal kanallarda sıkça yaşanan medyatik kirlenme, ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasi hayatımızdaki deformasyonların belki de önüne geçilmesinde büyük etki edebilecek en güçlü araçlardan biri konumunda olabilecek yerel televizyonlar ulusal televizyonlara örnek teşkil etmelidir. Hız kesmek bilmeyen teknoloji karşısında yerel televizyonların teknik yapılarındaki gelişmelerde de büyük sorunlar yaşanmaktadır.

Ekonomik sorunların giderilmesine yönelik girişimler teknik sıkıntıları da ortadan kaldıracaktır. Yerel televizyonlarda çalışan, mesleki açıdan eğitim almamış, nitelikli eleman sıkıntısı başka bir büyük sorundur. Bu yayın kuruluşlarında çalışan personelin mesleki eğitimden geçirilmeleri şarttır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Konrad Adenauer Vakfı ile Türkiye genelinde yerel medyaya yönelik meslek içi eğitim seminerleri düzenlemektedir. Bu Medya Projesi yerel medya çalışanları için son derece yararlı ve etkilidir. Ancak yine de yerel televizyonlarda çalışan personelin mesleki eğitimine yönelik bu çalışmalara hiç kuşkusuz yenileri eklenmelidir. Yerel televizyonlar kendi bölgelerinde

⁶⁵ Demirkent, Nezih, “Yerel Medyada Televizyonların Yeri ve Genel Sorunlar”, Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim (15-16 Haziran, Kütahya), Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi:12, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul, Shf: 35.

bulunan İletişim Fakülteleri ile ortaklaşa bir işbirliğine gitmeli halen mevcut personeline mesleğin teknik olduğu kadar etik yönleriyle de ele alındığı akademik bir yapıda eğitim almalarına olanak tanınmalıdır. Yeterli mesleki eğitim almış, yapımcılar, yönetmenler, kameramanlar, haber spikerleri, program sunucuları ve televizyon çalışanları kendi yerel televizyonlarında kurumsallaşmaya doğru ciddi ve güvenilir adımlar atacaklardır. Her yıl İletişim Fakültelerinden binlerce öğrenci mezun olmaktadır, yerel medyanın bu şekilde kurumsal bir kimlik kazanması ile bu gençlere mezuniyet sonrası istihdam imkânı da doğmuş olacaktır.

Yerel medyanın, yerel televizyonların kalkındırılması için devlet ve özel sektör el ele vermelidir. Çünkü ancak yerel medyanın güçlenmesiyle herkesin özlemini çektiği iletişim özgürlüğüne kavuşmak mümkün olabilecektir.

Yerel televizyon kanalları ayrıca, sermayenin gazete ve televizyonları tek elde toplamasının önünde en büyük engel olarak durmaktadır. Sermaye, elinde bulundurduğu televizyon ve gazetelerle "doğruyu" kendi çıkarları doğrultusunda halkı manipule etmektedir. Yerel televizyon kanalları bu tür tekelleşmenin önüne bir set çekmiştir. Yerel düzeyde hakla aktif bir ilişki içinde bulunan kanallar daha güvenilir, daha objektif yayın yapmaktadırlar. Çünkü halkla yüz yüzedirler. Daha samimi, daha amatör bir ruh yapısına sahiptirler. Kendi dünya görüşleri olmakla birlikte farklılıklara saygılıdır. Yerel kanalların yanlış yapma şansları kesinlikle yoktur. Çünkü izleyicilerinin bir kısmı komşusu, eşi dostu, her zaman yüz yüze baktığı kimselerdir. Ayrıca yerel televizyon kanalları merkezi otoriteye bağımlı değildirler. Hükümetlerin politikalarına göre pozisyon değiştirmezler. Çünkü hükümetten teşvik, kredi almamaktadırlar. Çoğulculuğu savunmakta, tek bir tezgâhtan üretilen haberlere karşı çıkmaktadırlar. Bu yönüyle yerel televizyon kanalları düşünen, farklılık isteyen, kişi ve grupların sözcüsü durumundadırlar. Bu kanalların kendilerinden beklenen demokratik açılımı sağlayabilmeleri için kurumsal alt yapı ve diğer sorunlarının çözülmesi gerekmektedir.

Bir anlamda yerel halkın kulağı, gözü ve sesi olan yerel televizyonlar yerel toplumu entegre edici, bir başka deyişle düzenleyici özellikleriyle diğer kitle iletişim araçlarından çok daha önemli bir konuma gelmekte ve sosyal yaşamda da çok öncelikli bir yere sahip olmaktadır. Yerel radyo ve televizyonlar yayın alanları içindeki bölgede yönetilenlerle

yönetenler arasındaki ilişkilerde merkez konumundadırlar. Özellikle genel ve yerel seçim arifelerinde de yerel halkın kanaatlerini oluşmasında önemli rol oynamaktadırlar. Demek ki yerel televizyon kanallarının yerel toplumsal yaşama katkıları olduğu gibi kamuoyu güçleri de vardır.

Görülmektedir ki, yerel televizyonların kamuoyu işlevi yerine getirebilmesi, demokratik bir ortamda mümkündür. Ülkemizde yerel televizyonların yeni sayılabilecek kuruluşlar olmasına rağmen kamuoyu oluşturmada etkili bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Yerele iletişim çevre koşulları içinde yerel televizyonlar kimi zaman günlük yaşamı düzenleyerek halkı bilgilendirirken aynı zamanda yerel kamuoyu oluşturmaktadır.

Bu bağlamda yerel radyo ve televizyonlar çok yönlü bir iletişim ortamını yaratmakla çoğulcu katılımcı ortamların oluşumunu sağlamaktadırlar. Özet olarak yerel radyo ve televizyon kanallar çoğulcu demokrasinin ön koşuludurlar. Ancak yerel televizyon kanalları bu fonksiyonunu yerine getirebilmekte midir? Bir başka ifadeyle bu kurumlar bu görevlerinin ve yükümlülüklerinin bilincinde ya da şuurunda mıdır?

Genel olarak formüle edilmiş bu soruyu, Doğu Anadolu Bölgesindeki önemli illerden Erzurum, Erzincan, Kars ve Iğdır'daki yerel televizyon kanallarıyla sınırlayarak cevaplandırmaya çalışacağız. Ancak her ne kadar bilgiye ilk elden ulaşma imkânımız olması nedeniyle Türkiye'nin Doğu'sunda yayın yapan yerel televizyon istasyonlarını seçmiş olsak da, çalışmamızda ortaya çıkan sonuçlar tüm Anadolu'daki yerel televizyon kanalları için genelleştirilebileceği kanısındayız.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DOĞU'DA TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan TV istasyonlarının arzu edilen durumda olmaması dikkat çekmektedir. Reklam gelirleri neredeyse hiç olmayan bölge TV istasyonlarının ekonomik anlamda sıkıntı yaşadıkları, buna bağlı olarak istenilen yayıncılık kalitesini yakalayamadıkları gözlenmiştir.

Bölge illerinden Erzurum'da Kanal 25 TV, Erzincan'da Can TV ve ERT TV, Kars'ta Serhat TV ile Iğdır'daki Iğdır TV'nin personel, teknik donanım ve yayın akışı ile birlikte reklam gelirleri analiz edildiğinde, yüklendikleri misyonu yerine getirebilmek için verdikleri mücadelenin boyutu daha iyi anlaşılacaktır.

3.1. Kanal 25 TV

Doğu Anadolu Bölgesi'nin en büyük illerinden Erzurum'da yayın yapan Kanal 25 TV, 1993 yılında ilin ileri gelen esnaflarından Kemal Koç tarafından kurularak yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'nin ilk yerel TV kanallarından olan Kanal 25, tüm ekonomik sıkıntılara rağmen günde 11 saat amatör ruhla yayını sürdürmektedir.

3.1.1. Personel Durumu

Toplam 7 personeli bulunan Kanal 25 TV, bu kadar az sayıdaki elemanı ile yayını sürdürmeye çalışması dikkat çekicidir. Branşlaşmanın olmadığı televizyon kanalında her bir eleman aynı zamanda teknik alanla da ilgilidir. Televizyon istasyonunun personel dağılımı şöyle:

-Haber Merkezi: 5

-Yayın Masası: 2

Reklam departmanında görevli elamanın bulunmaması kanal için büyük sıkıntı yarattığı görülmüştür. Bu nedenle bu alandaki boşluk haber merkezinde görevli muhabirlerle kapatılmaya çalışılmaktadır. Muhabirler haber alanının dışında teknik işler ve reklamcılıkla da ilgilidir. Birçok alanda farklı görevleri birlikte yürütmeye çalışan personel, görev karmaşası içerisinde dirler. Profesyonel bir çalışma düzeninin olmadığı Kanal 25 TV'de tüm bu sorunların temelinde ekonomik anlamda yaşanan sıkıntılar yatmaktadır

Sınırlı sayıdaki personelin eğitim seviyesinin de düşük olması ayrı bir sıkıntı oluşturmaktadır. İstihdam edilen 7 personelden yalnızca 2'si üniversite mezunudur. Aralarında iletişim fakültesi ya da basın yayın meslek yüksek okulu mezunu bulunmayan personelin tamamı, TV yayıncılığına bu alanda eğitim almadan başladığı tespit edilmiştir. Elemanlar, çekirdekten yetişme diye tabir edilen uygulamayla mesleki anlamda kendilerini yetiştirmeye çalışmaktadırlar.

Personelin maaş durumu ise TV yayıncılık sektöründeki genel ortalamanın çok altındadır. Asgari ücretle çalışan personel, televizyon kanalı için alınan reklamlardan yüzde 5 oranında pay almaktadır. Bunun da ildeki yetersiz reklam göz önünde bulundurulduğunda personelin maaşına fazla bir etkisi olmadığı anlaşılmaktadır. Haber merkezindeki görevli muhabirler, haberciliğin yanı sıra diğer alanlarda da görev almasına rağmen aylık gelirleri 550 YTL'dir.

Yoğun iş yükü altında düşük ücretle çalıştırılması personelin başta geçim sıkıntısı yaşamasına, buna bağlı olarak kanalda verimsiz olmasına neden olmaktadır. Tüm bu sıkıntıların da temelinde kanalın gelirlerinin çok yetersiz kalması bulunmaktadır.

3.1.2 Teknik Donanım

Kanal 25 TV, Türkiye'de kurulan ilk yerel televizyon kanallarından biri olmasına rağmen teknik donanımı bakımından bölgede en geri kalmış televizyon kanallarındandır. Özellikle haber merkezinde görevli personelin kullandığı teknik malzemelerin demode olduğu gözlenmiştir. Kullanılan kameraların birçoğu dijital olmasına rağmen günümüz teknolojisinin çok gerisinde olması, TV yayın kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Analog sistem ile çalışan yayın masasında bant üzerinden yapılan yayınlar, görüntü kalitesini düşürmektedir. Analog yayıncılığın birçok dezavantajı bulunmaktadır. Hareket halindeki görüntü alışı için uygun olmayan analog sistemde ses ve görüntü, gürültü ve enterferansa çok hassastır. Kanal 25 TV'nin mali durumu değerlendirildiğinde dijital yayıncılığa geçiş için henüz hazır durumda olmadığı anlaşılabacaktır.

Televizyonun stüdyosu da istenilen durumda değildir. Tamamen analog sisteme dayalı olarak kurulan stüdyo, amatörce tasarlanmıştır. Işık, ses ve dekor tasarımı yetersizdir. Yalıtımsız, yetersiz dekor ve ışık da görüntü estetiği ve kalitesi açısından

büyük bir dezavantaj oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, televizyon istasyonunda, teknik malzeme ihtiyacının hat safhada olduğu görülmüştür.

Kanal 25 TV istasyonunda bulunan teknik malzemelerin servislere göre dağılımı ise şöyle:

Stüdyo malzemeleri:

- 1 adet haber okuma masası
- 2 adet kamera sehpası
- 2 adet Canan XM2 kamera
- 1 adet ELC Plazma

Yayın Masası:

- 2 adet ses seçici (mixer)
- 1 adet videonix (karakter jeneratörü)
- 6 adet monitör
- 5 adet VHS video
- 1 adet efekt jeneratörü
- 1 adet görüntü seçici (görüntü mixeri)
- 2 adet bilgisayar
- 1 adet player PC
- 1 adet DVD Player
- 1 adet tarayıcı
- 1 adet güç kaynağı
- 1 adet telefon ibrikti
- 4 adet uydu alıcısı
- 1 adet link
- 10 adet seslendirme mikrofonu

Kanal 25 TV istasyonunun Dağ Mahallesi semtindeki kente hakim bir nokta olan

tepede 2 adet vericisi mevcuttur. Herhangi birinde arıza olması durumunda verilerden diğeri devreye sokularak yayın kesintisi önlenmeye çalışılıyor.

TV istasyonunda görüntü çıkışı aşamasına kadar yapılan tüm işlemler tamamen dijital olmasına rağmen, izleyiciye ulaştırılan görüntü analog çıkışlıdır. Bu nedenle görüntü kalitesi arzu edilen durumda değildir.

3.1.3. Kanal 25 TV'nin Gelir Kaynakları

Maliyeti çok yüksek olan kitle iletişim yayınlarında, özellikle de televizyon yayıncılığında reklam gelirleri hayati öneme sahiptir. Reklam geliri yetersiz olan televizyon istasyonlarının uzun süre ayakta kalması ya da yayın yaptığı bölgede etkin olması mümkün değildir.

Bu noktadan hareketle Kanal 25 TV'nin reklam gelirlerini analiz ettiğimizde ortaya çıkan tablo, hiç de iç açıcı değildir. Kanalin bünyesinde bir kere reklam departmanının bulunmaması başlı başına sorundur. Profesyonel anlamda reklamcılık sektörüyle ilgisi olmayan televizyon kanalının yönetim kurulu başkanlığının, bu duruma gerekçe olarak ildeki reklam pastasının çok yetersiz olduğunu öne sürmektedirler.

Ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayalı olan Erzurum'da sanayinin olmaması ve ticaret sektörünün de küçük işletmecilerin elinde bulunması televizyon yayıncılığı için büyük bir dezavantaj olmuştur.

Bir anlamda ilin ekonomisinin yurdun diğer bölgelerine göre çok geride olması ve bana bağlı olarak reklam pastasının yetersiz olduğunun ileri sürülmesi ilk başta mantıklı olduğu yönünde hissi uyandırır da, profesyonel anlamda yazılı basın kuruluşlarındaki reklam departmanlarının önemli miktarlarda gelir elde etmesi söz konusu gerekçenin akılcı olmadığını göstermektedir.

Haber merkezinde görevli muhabirler, asli işlerinin yanı sıra reklamcılık alalında da görev almaktadırlar. Hedef kitlelerinin yüzde 100'ünün küçük atölye ve ticari işletmeler olan reklamcılıktan aylık ancak ortalama 9 bin YTL gelir sağlanabilmektedir. Bunun en önemli nedeni daha önce de bahsettiğimiz gibi profesyonel anlamda reklamcılık yapılmamasıdır. Alınan bu reklam gelirin yüzde 5'i de Radyo Televizyon Üstkurulu'na aktarılmaktadır.

Personel ücretleri, yayın masrafları, enerji sarfiyatı ve diğer giderler düşünüldüğünde reklam gelirlerinin çok yetersiz olduğu açıkça görülebilmektedir.

Aynı zamanda esnaflık yapan Kanal 25 TV Yönetim Kurulu Başkanı ve sahibi Koç'un, yayın masraflarının tamamına yakınının diğer işlerinden kazandığı gelirle sürdürmeye çalıştığını ifade etmesi, kanalın ekonomik durumunu gözler önüne sermektedir.

Televizyon yayın işletmecileri, ekonomik sıkıntıyı aşmak amacıyla belirli ulusal televizyon kanallarının görüntülerini yayınlarak ek gelir elde etmeye çalışmaktadırlar.

Bu kapsamda, Kanal 25 TV, ulusal televizyon kanallarından Kanal D ve Cihan Haber Ajansı'nın yapmış olduğu yerel programları yayınlarak, aylık 2 bin YTL gelir elde etmektedir.

TV'nin gelirlerinin bu kadar az olması nedeniyle çalışanlarının ücretlerinin ödenmesinde sıkıntı yaşanmaktadır. Kanal yönetimi, çalışanların ücretlerini ödeyebilmek amacıyla, çıkış yolu arayışı içindedirler. Bu durum muhabirlerin geçim sıkıntısı yaşamasına, buna bağlı olarak çalışma performanslarının düşmesine neden olmaktadır. Bundan dolayı kanal yönetimi, muhabirlere çalışma performansını artırmak ve onları kanalda tutabilmek amacıyla, buldukları her reklam için alınan gelirden yüzde 10 oranında pay ödemektedir.

3.1.4. Kanal 25 TV'nin yayın akışı

Kanal 25 TV, yaşadığı ekonomik sıkıntıları nedeniyle program çeşitliliği konusunda çok zayıf durumda. Çalışanların özverisiyle bazı programlar yapılmaktadır. Özellikle haber programlarına ağırlık verildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra spor ve siyaset alanında ilin nabzını tutan programlara da yer verilmektedir.

Program Türleri:

Yerel televizyon kuruluşu Kanal 25, programlarının bir kısmının kendileri üretirken, bazı programları da ulusal haber ajansı ve televizyon kuruluşlarından almaktadırlar.

Açık oturum ve aktüel haber türü programlara ağırlık verilmektedir. Bunu da sinema ve müzik klipleri ya da yöresel müzik izlemektedir. Kanal 25 TV, yapım açısından daha

ziyade fazla ekipmana ve beceri gerektirmeyen program türlerine yöneldikleri açıkça görülmektedir.

1.Haber Programları

Kanal 25 TV, habercilik alanında ilde önemli bir saygınlığı bulunmaktadır. Halk nazarında "Kanal 25 yayınlıyorsa o haber doğrudur" düşüncesi hakim kılınmıştır. Kanal 25 TV Haber Müdürü Cengiz Durular, habercilikte en önemli ilkelerinin "Doğruluk" olduğunu ifade etmektedir. Doğruluğundan şüphe duyulan haberlere yer vermediklerinin altını çizen Durular, şimdiye kadar tekzip yayınlamadıklarına dikkat çekiyor.

İlde gündem oluşturmada tüm olumsuzluklara rağmen muhabirlerin özverili çalışmaları sayesinde önemli başarılar elde edilmektedir. Haber merkezinde görevli 5 muhabir, günlük olarak ortalama 3'er haber yapmaktadır. Ayrıca kanalın abone olduğu İhlas Haber Ajansı'ndan da günde ortalama 4 haber alınmaktadır. Bu şekilde her gün 20'e yakın haber izleyiciye sunulmaktadır. Haberler genellikle Erzurum ile ilgili konulardır. Haber kaynakları ise büyük çoğunlukla valilik, emniyet, belediye, üniversite gibi resmi kurumlardır. Bunun yanı sıra ilde sansasyon yaratan trafik kazası, cinayet ve intihar gibi olaylar haber programının içeriğini oluşturmaktadır. Haberlerde yoruma ise çok az rastlanmaktadır.

Genellikle haber programlarının yayını banttan yapılmakta, canlı röportaja hemen hemen hiç rastlanılmamaktadır. Haber Müdürü Durular'ın sunumunu yaptığı haber programları, bağlantıda yaşanan sıkıntılar nedeniyle ise canlı olarak sunulamıyor. 2005 yılına kadar canlı olarak sunulan haber programları, son bir yıldır video kayıtlarıyla verilmektedir.

Kurgulamalar zayıftır ve görüntüler oldukça bozuktur. Türkçe kullanımı ise beklenenin bir hayli altındadır. Fakat yine de mevcut koşullarla birlikte değerlendirildiğinde Kanal 25 TV'nin, habercilik alanında başarılı olduğu söylenebilir.

İlin yerel yöneticileriyle yaptığımız görüşmelerde de, Kanal 25 TV'nin kurumların çalışma programının şekillenmesinde önemli etkisi bulunduğunu düşündüklerini söylemişlerdir.

Bir ay yayınlarnı takip ettiğimiz Kanal 25 TV'nin gerçekten de ilde yöneticilerin

çalışma programlarına yön verdiğini görüyoruz. 2006 yılı Aralık ayında, Kanal 25 TV'nin ana haber programında gündeme getirilen merkeze bağlı köylerin bakımsız yolların durumu, haberin yayınlanmasının ardından düzenlenmiş, ayrıca yine programda işlenen Kazım Yurdalan Mahallesi'ndeki yoksul ailelere kömür dağıtımında yaşanan sıkıntı giderilmiştir. Buna benzer onlarca örnekler bulunmaktadır. Bu durum söz konusu televizyon kanalının ilde tüm olumsuzluklara rağmen belirli bir etkinli olduğunu açıkça göstermektedir.

Fakat yayınlanan haberlerin sunumu ve içeriği tam anlamıyla profesyonel değildir. Her ne kadar gazeteciliğin temel ilkesi olan 5 N 1 K kuralına uyulmaya çalışılsa da haberlerin içeriğinin daha da zenginleştirilmesi gerektiği kanaatindeyiz.

2. Sözel Ağırlıklı Programlar

Sözel ağırlıklı programlar genellikle konuklu söyleşiler şeklinde gerçekleşmektedir. Stüdyoda konuk olarak çağrılan, konularında uzman kişilerle spordan siyasete ve yerel sorunlara kadar çeşitli konularda söyleşiler yapılmaktadır.

Hemen hemen haftanın 2 gününde yerel televizyonda bir görüşmeye rastlanılmaktadır. Bu görüşmeler bazen birkaç kişi ile birlikte yapılmakta, izleyicilere de telefon bağlantılarıyla katılım imkânı yaratılmaktadır. Bu tür programların da 1-2 saat sürdüğü gözlenmiştir.

Sözel programlarda konular, konuklara göre seçilmektedir. İçerik çözümlenmesi esnasında televizyonun konuk açısından da sıkıntılı oldukları belirlenmiştir. Yerel televizyonların ticari amaçlı kurulmuş olmaları nedeniyle ve konuklara telif hakkı ödememeleri konuk bulmada yaşanan sıkıntıların en önemli nedenidir. Bu nedenle, yerel televizyon kanalları kendi reklamını yapmak isteyen birkaç konuk ile sınırlı da kalabilmektedir. Konular derinlemesine işlenmemekte, bilgi verici ve aydınlatıcı olmaktan da çoğu zaman uzak kalmaktadır.

Sözel programlarda, televizyon işletmecileri “şirketlerinin tarafsız yayın politikası izliyoruz” deseler de belli bir siyasi eğilimin içindedir.

3. Müzik Programları

Yerel radyo ve televizyon kanallarında yayınlanan müzik programları genellikle alt kültürü yani o ilin yerel kültürünü yansıtırken, Kanal 25 TV'nin müzik programlarında bu durumu tam anlamıyla görmek olanaksızdır. Akşam saat 19.30-20.30 saatleri arasında yayınlanan müzik programlarında genellikle ulusal TV istasyonlarında da yayınlanan ünlü sanatçıların kliplerine yer verilmektedir.

Müzik programlarında daha çok erkek izleyicilerin eğlenceleri için yörede belli bir yeri olan sanatçılar, ekrana getirilmektedir. Bu tür müzikler sınırlı hedef kitleye hitap ettiği için bu tür programlara çok nadir zaman ayrılmaktadır.

Öte yandan, Türk Pop Müziği gruplarına da rastlanılmaktadır. Aynı şekilde dini yayınlara da çok sınırlı oranda yer verilmektedir. Bu yayınlar, bir din görevlisi ile söyleşi ve ilahileri kapsamaktadır.

4. Spor Programları

Kanal 25 TV'nin haber programlarından sonra en fazla ağırlık verdiği diğer program türü ise spor programlarıdır. İlin spor nabzını tutmada imkânları ölçüsünde önemli bir gücü elinde bulunduran televizyon istasyonu, muhabir kadrosunun yetersiz olmasına rağmen ilde spor gündemini oluşturmada büyük rol oynamaktadır.

Haftanın salı günleri saat 21.30-22.20 saatleri arasında yayınlanan "Spor Panaroma" adlı programda, ildeki sportif etkinlikler değerlendirilmektedir. Lig B 4. Grup'ta mücadele eden Erzurumspor ile ilgili gelişmelerin daha çok işlendiği programda, ildeki boks, güreş, karate, yüzme gibi diğer spor müsabakaları da bazen yer alabiliyor.

Önceki yıllarda canlı olarak sunulan Spor Panaroma programı, son bir yıldır da video kayıt olarak sunulmaktadır. Bu durumun, programın etkinliğini zayıflattığını yönündeki ildeki spor camiasında değerlendirmeler yapılmaktadır.

Sonuç olarak, yaşanan teknik donanım ve kalifiyeli eleman sıkıntısına rağmen ilin spor nabzını tutmada önemli bir çaba ve gayretin sarf edildiğini ve bunun akabinde mevcut koşullar içinde başarılı bir çalışma sergilendiğini söylemek mümkündür.

5. Akşam Ajansı

Kanal 25 TV, ekonomik sıkıntısına çare olarak yeni arayışlar içerisinde. Bu doğrultuda kanalın gelirlerini artırmak amacıyla ulusal haber ajanslarından CHA'nın tüm yurttaki yerel televizyon kanalları için yaptığı spor programlarını yayınlamaktadır. Yapılan bu yayın karşılığında CHA'dan belirli bir ücret almaktadır. Gelir elde etme amacıyla yayınladıkları programların içeriğinde Erzurum'daki spor etkinliklerini bulmak çok nadirdir. Bu nedenle söz konusu programın Erzurum'daki spor camiasında pek de yankı uyandırmamaktadır.

6. D Yerel

Ulusal televizyon kanallarından Kanal D, programlarının reklamını yapmak amacıyla Anadolu'da yayın yapan yerel televizyon kanallarıyla sözleşme yapmıştır. Kanalların teknik altyapısına destek verme vaadiyle yerel kanallarda programları yayınlatan Kanal D, bu anlaşmayı Kanal 25 TV ile de yapmıştır. Anlaşma gereği, Kanal 25 TV, haftanın yedi günü 1 saat Kanal D tarafından kültür sanat ve siyaset gibi değişik alanlarda hazırlanan programlar yayınlanmaktadır.

7. Sinema

Kanal 25 TV istasyonu, haftanın 7 günü yayınlarında sinemaya yer vermektedir. Kimi sinema filmleri önceden ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve burada videokasetine çekilen filmlerdir. Bazı filmler de videokasetten yayınlanmaktadır. Filmler yabancı ve yerli menşelidir. Bunun yanı sıra yerli ve yabancı menşei dini filmlere de rastlanılmak mümkündür.

8. Eğitim ve Kültür Programları

Kanal 25 TV, eğitim ve kültür programlarını ücretsiz yayınlamaktadır. İlde düzenlenen eğitim kampanyalarına geniş yer verildiği gözlenmiştir. Eğitici belgesel nitelikli programlar, hemen hemen haftanın her günü yayında yer almaktadır. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinin etkinliklerine de programlara sık sık zaman ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra çocuklara, gençlere yönelik eğitici programlar ise sınırlı da olsa mevcuttur.

Tablo 1: Kanal 25 TV haftalık Yayın Programı

Saat	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
11:00:00	Açılış	Açılış	Açılış	Açılış	Açılış	Açılış	Açılış
11:20:00	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber
12:00:00	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel
13:00:00	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film
14:00:00	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel
18:15:00	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı	Akşam Ajansı
19:30:00	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik
20:30:00	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber
21:30:00	Anadolu'da Spor	Spor Panaroma	Gündem	İslam Kültürü	Parantez	Safari	Safari
22:20:00	Sinema	Sinema	Sinema	Sinema	Sinema	Sinema	Sinema
23:30:00	Gece Bülteni	Gece Bülteni	Gece Bülteni	Gece Bülteni	Gece Bülteni	Gece Bülteni	Gece Bülteni
00:10:00	Kapanış	Kapanış	Kapanış	Kapanış	Kapanış	Kapanış	Kapanış

3.2. CAN TV

Doğu Anadolu Bölgesi illerinden Erzincan'da yayın yapan Can TV, 1993 yılında 7 ortak tarafından kurularak yayın hayatına başlamıştır. Daha sonra iş adamı Ahmet Yolcu ile Şükrü Kösem'in satın alarak birlikte işlettiği televizyon kuruluşu, günde 12 saat yayın yapmaktadır. Günlük haber, belgesel, müzik klibi, sinema ve çizgi film ile haftada iki kez canlı program ile yayını sürdürüyor.

3.2.1 Personel Durumu

Can Televizyon Kuruluşu'nda toplam 10 eleman mevcuttur. Kalifiyeli eleman sıkıntısı yaşanmaktadır. Elemanlarının büyük çoğunluğu lise mezunu olup, yüksek okulu mezunu personel sayısı 2'dir. Kalifiyeli elemanlar, asgari ücret uygulaması nedeniyle söz konusu yayın kuruluşunda çalışmadıkları gözlenmiştir. Televizyon istasyonunun personel dağılımı şöyle:

- Haber Merkezi: 4
- Yayın Masası: 3
- Muhabir: 3

3.2.2 Teknik Donanım

Analog çıkışlı yayın yapan Can TV, bölgede diğer televizyon istasyonları gibi teknik donanım bakımından büyük bir sıkıntı içerisinde. Yalıtımlı ve ışıklandırması sağlıklı bir stüdyodan yoksun olan televizyon kuruluşunda mevcut teknik malzeme, ihtiyacı tam anlamıyla karşılamamaktadır.

Stüdyo malzemeleri:

- 1 adet haber okuma masası
- 3 adet kamera sehpası
- 3 adet panasonic kamera
- 1 adet ELC Plazma

Yayın Masası:

- 2 adet ses seçici (mixer)
- 1 adet videonix (karakter jeneratörü)
- 6 adet monitör
- 4 adet VHS video
- 1 adet efekt jeneratörü
- 1 adet görüntü seçici (görüntü mixer)

- 2 adet bilgisayar
- 1 adet tarayıcı
- 1 adet güç kaynağı
- 1 adet telefon ibrikti
- 4 adet uydu alıcısı
- 1 adet link
- 6 adet seslendirme mikrofonu

Can TV istasyonunun şehre hakim bir nokta olan Kırklar Tepesi'nde de 1 adet vericisi mevcuttur. Vericide yaşanan ileri düzeydeki teknik arıza durumlarında yayında kesinti yaşanmaktadır. Bu durumda Ankara ve İstanbul'dan teknik arızanın giderilmesi için yardım alınmaktadır

3.2.3 Can TV'nin Gelir Kaynakları

Televizyon kuruluşun en önemli gelir kaynağını reklam oluştururken, bu kaynak da kanalın yayın masraflarını bile karşılamamaktadır. Aylık 10 bin YTL'ye yakın reklam geliri elde eden Can TV istasyonu işletmecileri, reklam gelirinin bu kadar az olmasının nedeni olarak ildeki reklam potansiyelinin çok düşük olduğunu ileri sürmektedirler.

Reklamlar ise yerel küçük esnaftan alınmaktadır. Reklam kliplerinin de yayın masasındaki görevli elemanlarca yapıldığı televizyon istasyonunda profesyonel bir reklamcılık anlayışı yoktur. Zaten televizyon kuruluşunda reklamcılık departmanının bulunmaması bunun göstergesidir.

3.3. ERT TV

Erzincan'da yayın yapan bir diğer televizyon istasyonu ise ERT Televizyonu'dur. Bu televizyon kanalı, 1997 yılında Erzincan Belediyesi tarafından kurularak yayın hayatına başladı. 2004 yılında Erzincanlı iş adamı Ahmet Tanoğlu tarafından satın alındı. Günde 24 saat günlük haber, belgesel, klip, sinema ve çizgi film ile haftada 5 kez canlı olarak program yayını yapıyor.

3.3.1. Personel Durumu

Bölgede tarafsız ve objektif ilkelerine uygun olarak yayıncılık yaptığı bilinen ERT TV, diğer TV istasyonlarında olduğu gibi personel konusunda bir hayli sıkıntı içinde. Personeli lise ve yüksek okul mezunu olup asgari ücret ile çalışıyor.

Televizyon istasyonunun personel dağılımı ise şöyle:

- Yayıncı: 1
- Reklam: 1
- Muhabir: 1
- Yönetici: 1
- Muhasebe: 1

3. 3.2 Teknik Donanım

ERT TV'de de diğer televizyon istasyonlarda olduğu gibi teknik donanım bakımından iyi durumda olduğu söylenemez. Bir adet Kırklar Tepesi'nde vericisi bulunan televizyon kuruluşunun bazı önemli teknik malzemeleri şöyle:

- 1 adet program masası
- 1 adet yayın masası
- 5 adet Sony marka kamera
- 1'er adet ses ve görüntü mikseri
- 1 adet link
- 1 adet RTÜK kayıt cihazı

3.3.3 ERT TV'nin Gelir Kaynakları

Ekonomisi büyük ölçüde tarıma dayalı olan Erzincan'da ticaret sektöründe canlılığın olmaması, yerel televizyon kuruluşlarına olumsuz yansımaktadır. Kitle iletişim yayıncılığında en önemli gelir kaynağı olan reklamcılığın, Erzincan'da amatörce yapılması bu olumsuz tabloyu daha da kötüleştirmektedir. Fakat buna rağmen ERT TV, bölgedeki diğer televizyon istasyonlarına göre reklamdan daha fazla gelir elde ettiği tespit edilmiştir. Aylık 10 bin YTL'nin üzerinde reklam geliri bulunan ERT TV yöneticileri, reklam

gelirlerinin daha da artırılabilmesi için reklam fiyatlarının artırılması gerektiğini düşünmektedirler.

Kanalın diğer gelir kaynakları yılbaşı ve bayram gibi özel günlerde alınan ilanlardır. Fakat bu da kanalın yayın masraflarını karşılamaya yetmemektedir.

3.3.4 ERT TV'nin Yayın Akışı

Yerel televizyon kuruluşu ERT TV, programlarının büyük çoğunluğunu kendileri üretirken, bazı programlarda ulusal haber ajansı ve televizyon kuruluşlarından almaktadırlar. Açık oturum ve aktüel haber türü programlara ağırlık verilmektedir. Bunu da diğer TV istasyonlarında olduğu gibi sinema ve müzik klipleri ya da yöresel müzik izlemektedir. Yapım açısından fazla ekipmana ve hüner gerektirmeyen program türlerinin tercih edildiği gözlenmiştir.

Tablo 2. ERT TV'nin Haftalık Yayın Akışı

Saat	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
09:00:00	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film
11:00:00	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel
12:00:00	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati
13:00:00	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber
13:30:00	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati
15:00:00	Türk Sineması	Türk Sineması	Türk Sineması	Türk Sineması	Türk Sineması	Türk Sineması	Türk Sineması
17:30:00	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel
20:00:00	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber
21:00:00	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema
23:00:00	Gece Haberleri	Gece Haberleri	Gece Haberleri	Gece Haberleri	Gece Haberleri	Gece Haberleri	Gece Haberleri
23:30:00	Gece Sineması	Gece Sineması	Gece Sineması	Gece Sineması	Gece Sineması	Gece Sineması	Gece Sineması
01:30:00	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel	Belgesel

3.4 IĞDIR TV

Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki en küçük illerden biri olan Iğdır'da yayın yapan yerel televizyon kuruluşu, Iğdır TV'dir. 1992 yılında kurulan ve ildeki tek radyo televizyon kuruluşu olan Iğdır TV'nin düzenli yayınları bulunmamaktadır. Amatör ruhla yayın yapan

televizyon istasyonunun sahibi ilin ileri gelen iş adamlarından İsmail Arslan olup, işletmecisi gazeteci Aydın Deniz'dir.

Bölgede ekonomik sıkıntının had safhada olan televizyon kuruluşları arasında ilk sırada yer alan Iğdır TV, tamamen esnafın ve belediyenin katkılarıyla yayın hayatında kalabilmektedir.

3.4.1 Personel Durumu

Iğdır TV istasyonunun çalışan 8 personeli bulunmaktadır. Aralarında iletişim fakültesi mezunu bulunmayan televizyon kanalında yalnızca 1 yüksek okul mezunu mevcuttur. 2 elamanın da lise mezunu olduğu televizyon kurumunda, 5 personel de ortaokul mezunudur.

Çalışanlarına bölgedeki diğer istasyonlara oranla daha fazla ücret vermesine rağmen kalifiyeli eleman bulmakta sıkıntı yaşadığı gözlenmiştir.

Haber merkezinde 4, stüdyo ve yayın masasında da 2 personelin görevlendirildiği televizyon kuruluşunda, reklam departmanının bulunmadığı tespit edilmiştir.

3.4.2 Teknik donanım

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan televizyon kuruluşları arasında teknik donanım bakımından en geri kalmış televizyon istasyonu Iğdır'da yayın yapan Iğdır TV'dir. Bölgede ekonomik anlamda da çalışmamızın kapsamında bulunana Erzurum, Erzincan ve Kars'tan daha kötü durumda olan Iğdır'ın bu durumu doğal olarak televizyon istasyonuna da yansımıştır.

Televizyon istasyonundaki mevcut teknik malzemeler, gerçek manada yayıncılık yapılabilmesi için yeterli değildir. Bu nedenle görüntü kalitesi de arzu edilen durumda değildir. Yalıtımsız 1 adet stüdyo mevcuttur. Işıklandırma floransan ışıkla yapılmaktadır.

Televizyon istasyonundaki mevcut malzemeler şöyle:

Stüdyo malzemeleri:

- 2 adet kamera sehpası
- 1 adet ELC Plazma
- 2 adet kamera
- 1 adet masa

Yayın Masası:

- 1 adet ses seçici (mixer)
- 2 adet monitör
- 3 adet VHS video
- 1 adet görüntü seçici (görüntü mixeri)
- 2 adet bilgisayar
- 1 adet tarayıcı
- 1 adet güç kaynağı
- 1 adet telefon ibrikti
- 4 adet uydu alıcısı
- 1 adet link
- 5 adet seslendirme mikrofonu
- 2 adet camera
- 1 adet bilgisayar

3.4.3 Iğdır TV'nin Yayın Akışı

Iğdır TV'nin yayın akışının sağlıklı olmadığını söylemek mümkün. Kalifiyeli eleman sıkıntısının olması nedeniyle televizyon yayıncılığı tamamen amatörce yapılmaktadır.

Haftalık belirlenen yayın akışına teknik ve diğer nedenlerle uyulmadığı gözlenmektedir.

Tablo 3. Iğdır TV'nin Haftalık Yayın Akışı

Saat	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
08:00:00	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film	Çizgi Film
10:00:00	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber	Ara Haber
12:00:00	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik
14:00:00	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel	D Yerel
18:00:00	Yerel Haber	Yerel Haber	Yerel Haber	Yerel Haber	Yerel Haber	Yerel Haber	Yerel Haber
19:00:00	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip
20:00:00	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber
21:00:00	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema	Yabancı Sinema
23:00:00	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip	Klip

Program Türleri

Iğdır TV'nin yayınlarının büyük bölümünde ulusal televizyon istasyonlarında yayınlanan müzik kliplerine yer verilmektedir. TV yapım ekibinin gazetecilik kökeninden gelmiş olması ve televizyon program yapımı konusunda yeterli donanım sahibi olmayan personel istihdam edilmemiş olması nedeniyle haber programlarının haricinde başka bir program yapılmamaktadır. Haber programlarının sunumu da normalde olduğu gibi bir spikerin sunumuyla değil, muhabirin anonsu ile bazen de düz bir biçimde yapılmaktadır. İzleyiciye bu şekilde günlük ortalama 5 haber iletilmektedir.

Kullanılan kameraların demode olmuş olması görüntülerin kalitesini düşürdüğü gözlenmiştir. Ayrıca görüntülerin efekt kullanılmadan yani montajı yapılmadan doğrudan kasetteki ham görüntülerin izleyiciye sunulduğu tespit edilmiştir. Bu da hoş bir durum

oluşturmamaktadır. Bunun nedeni ise yine montaj programını kullanabilecek yeterli düzeyde beceri sahibi elemanın bulunmamasıdır.

Haberin yazımı ve seslendirmesini bazen aynı kişilerin yaptığı görülmüştür. Bu da haber programlarının tamamen amatör ruhla yapıldığının göstergesidir.

Televizyonda ayrıca yabancı sinema filmlerine ağırlık verildiği tespit edilmiştir. Yayınlanan yabancı menşeli filmlerin büyük çoğunluğu daha önce ulusal televizyon kanallarında ekrana gelen filmlerdir.

Yine yayının büyük bölümüne hakim olan ve haftanın her günü en az 4 saat yer verilen müzik kliplerini çoğunlukla popüler müzik eserleri oluşturmaktadır. Spor, eğitim ve kültür konularına ise neredeyse hiç yer verilmemektedir. Nadiren söyleşi şeklinde programlar yapılmaktadır. Bu programlarda fazla beceri ve teknik donanım gerektirmeyecek şekilde hazırlanmaktadır.

Iğdır TV istasyonunda ayrıca gelirleri artırmak amacıyla ulusal televizyon kanalı Kanal D'nin programları yayınlanmaktadır. Bu programlarda, daha önce bahsedildiği gibi büyük çoğunlukla ulusal konular işlenmektedir. Bu nedenle yerel yayıncılık anlamında bir değeri olmadığını ifade etmek mümkündür.

3.4.4. Iğdır TV'nin Gelir Kaynakları

Iğdır Televizyonu, diğer televizyon istasyonları gibi tek gelir kaynağının esnaftan alınan reklam olduğunu belirtiyorlar. Reklam gelirlerinin de aylık 3-4 bin YTL civarında olduğunu beyan eden televizyon işletmecileri, ayrıca milletvekili seçimi dönemlerinde partilerden alınan ücretlerin de ek gelir kaynakları arasında bulduklarını söylemektedirler.

3.5. SERHAT TV

Serhat TV, 1993 yılında ilin önde gelen iş adamlarından Naif Alibeyoğlu tarafından kuruldu. Ermenistan ile sınır olan Kars'taki Serhat Televizyonu, 14 yıldır yayınlarına ara vermeden devam ediyor. Sahibi Alibeyoğlu'nun 2003 Mart yerel seçimlerinde Kars Belediye Başkanlığına getirildiği televizyon şirketinin yönetim kurulu başkanlığını Ayşe Alibeyoğlu yürütüyor, Kısıtlı gelir kaynaklarına rağmen yayın hayatını sürdürebilmektedir.

3.5.1. Personel Durumu

Serhat TV istasyonunun çalışan 15 personeli bulunmaktadır. Diğer televizyon istasyonlarına göre daha fazla elamanı bulunan Serhat TV'nin elemanları arasında iletişim fakültesi ya da basın yayın meslek yüksek okulu mezunu mevcut değildir.

Çalışanların tamamı sigortalı olmakla birlikte asgari ücrete tabi olarak maaşları düzenlemektedir.

3.5.2. Teknik Donanım

Serhat TV, Türkiye'de kurulan ilk yerel televizyon kanallarından biri olmasına rağmen teknik donanımı bakımından arzu edilen durumda değildir. Özellikle haber merkezinde görevli personelin kullandığı teknik malzemelerin evlerde kullandığımız kameralardan bir farkı yoktur. Kameraların günümüz teknolojisinin çok gerisinde olması, TV yayın kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

Analog sistem ile çalışan yayın masasında bant üzerinden yapılan yayınlar, görüntü kalitesini düşürmektedir. 1 adet bulunan televizyonun stüdyosu da istenilen durumda değildir. Tamamen analog sisteme dayalı olarak kurulan stüdyo, amatörce tasarlanmıştır. Işık, ses ve dekor tasarımı yetersizdir. Yalıtımsız, yetersiz dekor ve ışık da görüntü estetiği ve kalitesi açısından büyük bir dezavantaj oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, televizyon istasyonunda, teknik malzeme ihtiyacının hat safhada olduğu görülmüştür.

TV istasyonunda bulunan teknik malzemelerin dağılımı ise şöyle:

Stüdyo malzemeleri

2 adet kamera

-Spot ışıklar

-İntercom dekorlar

-1 adet Görüntü monitörü

-1 adet ses monitörü

-2 adet treepot

Yayın Masası:

- 1 adet resim ve görüntü mikseri
- 3 adet görüntü monitörü
- VHS videolar
- Telsiz mikrofon seti
- 1 adet yansıtıcı
- 1 adet link
- 2 adet resim monitörü

3.5.3 Serhat TV'nin Gelir Kaynakları

Serhat TV'nin aylık gelirlerinin tamamını reklamdan sağlamaktadır. Reklam gelirlerinin düzenli oranda seyri olmayan kanalın, gelirlerinde bir belirsizlik hakimdir. Bazı aylar neredeyse bin YTL'ye kadar düşen reklam geliri bazı aylarda 15 bin YTL'ye kadar yükselmektedir. Aylık gelirin giderleri karşılamadığı televizyon kuruluşunda mali sıkıntı yaşanmaktadır.

3.5.4 Serhat TV Yayın Akışı

Serhat TV'nin yayınlarının büyük bölümüne sinema, müzik ve haber programları hakimdir. Eleman sayısının fazla olmasına rağmen profesyonel anlamda program yapıcılığı yoktur. Daha çok haber programlarına ağırlık verildiği gözlemlenmiştir. Haber merkezinde görevli 5 muhabirin günlük ortalama 10 haber yaptığı tespit edilmiştir. Haberlerin kaynağının büyük çoğunluğunu ise yerel kamu kurum ve kuruluşları oluşturmaktadır. Kafkas Üniversitesi'nin etkinliklerine de yer verilen televizyon haberlerinde, özellikle belediye çalışmalarına fazla vurgu yapılması dikkat çekmektedir. Televizyon işletmecisinin sahibinin belediye başkanı olmasının bunda etkisi olduğu düşünülebilir.

Ulusal televizyon kanallarında daha önce ekrana gelen Türk ve yabancı menşeli filmlere da hemen hemen haftanın her günü zaman ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra bölgedeki bazı televizyon kuruluşlarında olduğu gibi Serhat TV'de ulusal televizyon kanalı Kanal D'nin yerel televizyonlar için yaptığı yayınlarını ekrana getirmektedir.

3.6 Doğu'daki Yerel Televizyonların Ortak Sorunları

Doğu Anadolu Bölgesinde yayın yapan televizyon şirketlerini genel olarak sorunlarının ve yayınlarını durumunun paralellik gösterdiğini görüyoruz.1990-1995 yılları arasında kurulan televizyon şirketlerini aradan uzun bir zaman geçmesine rağmen yayınlarını arzu edilen durumda olmadıkları gözlemlenmiştir.

3.6.1 Eleman Açısından

Yerel televizyonların tamamın personel sıkıntısı yaşadığı belirlenmiştir. Ortalama 7 kişinin çalıştığı televizyon şirketlerinde istihdam edilen personel arasında iletişim fakültesi mezunu bulunmamaktadır. Bu nedenle yaşanan kalifiyeli eleman sıkıntısı yayınlara da aksetmiştir. Profesyonel anlamda yayıncılığın yapılamamasın temelinde elamanlarının birçoğunun eğitim seviyesinin düşük olması yatmaktadır. Dolayısıyla personel durumu açısından Doğu'daki televizyonların büyük bir sıkıntı içinde olduklarını söyleyebiliriz. Özellikle teknik eleman sıkıntısı büyük boyutlardadır. Genel yayın yönetmenin ya da koordinatörlüğünün çekirdekten yetişme gazetecilikten gelmiş olması da bu gerçeği değiştirmez. Kalifiye elemanların olmaması, hem program içeriklerini hem de teknik görünüm kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir.

3.6.2 Teknik Açından

Yerel televizyon kanallarına yönelik yapılan eleştirilerden birisi de yayın kalitelerinin düşük olduğu. Doğrusunu söylemek gerekirse bu durum Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan televizyon kuruluşları için doğrudur. Bununla birlikte yerel TV istasyonlarının kitleye ulaşım ağı sınırlıdır. Bunun hukuki nedenleri olduğu gibi teknik nedenleri de vardır. Yerel ve bölgesel radyo ve televizyon kanallarının çoğu VHS, S-VHS sistemle yayın yapmaktadır. Anlaşılabilmesi için sadeleştirecek olursak, düğünlerde kullanılan kameralarla, evlerimizde kullandığımız videolarla iş yapmaya çalışmaktadırlar. Montaj setleri, kameraları yetersizdir. Stüdyoları çoğunun standart dışıdır. Habere gitmek için kullanılan araç sayısı yetersizdir. Hatta kimi radyo ve televizyon kanallarının araçları bile yoktur. Program ve belgesel yapımında sıkıntıları çoktur. Çünkü belgesel türü programlara ayıracak teknik alt yapı ve eleman eksikliği vardır. Teknik alanda bir ayrışma,

uzmanlaşma olayı söz konusu değildir. Kullanılan vericiler sınırlı, çoğu standart dışı ve çoğunun çıkışlarında filtre olmamasından hem komşu kanallarının yayını bozmakta hem de hava seyri sefer trafiğini engellemektedir. Bu sorunlar sayısal yayıncılıkla tamamen ortadan kalkacaktır.

Yerel televizyon şirketlerinin büyük çoğunluğunun kendi binaları olmadığı için herhangi bir merkezinden kiralanmış yerlerde yayın yapmaktadırlar. Teknik donanım bakımından en önemli eksiklik ise stüdyoların yalıtımsız olmasıdır. Bunun yanı sıra canlı bağlantı imkânları telefon bağlantısı her zaman mümkün değildir. Arşivleme tam anlamıyla yoktur, kamera sayısı sınırlı ve profesyonel yayıncılığa el verişli değildir. Fazla sayıda profesyonel iletişimci istihdam edememelerinin nedeni olarak yerel televizyonlar, gelir kaynaklarını göstermektedirler.

3.6.3 Ekonomik Açıdan

Yerel televizyon kanalları ekonomik bir çıkmaz içindirler. Yerel televizyonlara göre, tek gelir kaynağı reklamlardır. Profesyonel reklam anlayışı da daha tam gelişmediği ve bölgede reklam verecek esnaf yada sanayi kuruluşunun olmaması nedeniyle reklamlar büyük bir gelir kaynağı oluşturmamaktadır. Böylece reklam gelirleriyle yayın hayatında kalmaya çalışan yerel televizyon istasyonları, lisansal sıkıntılarla iç içe bulunmaktadır. Kelimenin tam anlamıyla bir çıkmaz içindedirler. Bu sıkıntı hem personel, hem de teknolojik açıdan yapılanmayı da olumsuz etkilemektedir.

3.6.4 Yayın Politikası

Biraz olsun profesyonellik eğilimi gösteren Erzincan'daki ERT TV demokratik-laik ilkeleri doğrultusunda ve Can TV ise yöre halkının gelenekleri doğrultusunda yayın politikası izlediklerini belirtmektedirler. Erzurum, Kars ve Iğdır'daki yerel televizyon kuruluşları ise tarafsız ilkesi doğrultusunda yayın yaptıklarını vurgulamaktadırlar. Bölgedeki bütün televizyon istasyonları bölgedeki genel izleyici kitlesini hedef kitle olarak seçmiştir. Fakat Kars'ta yayın yapan Kars TV'nin, Iğdır'da da Iğdır TV'nin ise sahibinin bir parti üyesi ve ilde Belediye Başkanlığı görevinde bulunmuş olması nedeniyle yayınların da tam anlatışla tarafsızlık olduğu söylenemez. Yayınlarını takip ettiğimiz söz konusu iki televizyon

kuruluşunun, sahibi olan belediye başkanları hakkında sık sık haberler verdiği bu durumun kanıtı olarak ileri sürülebileceği kanısındayız.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

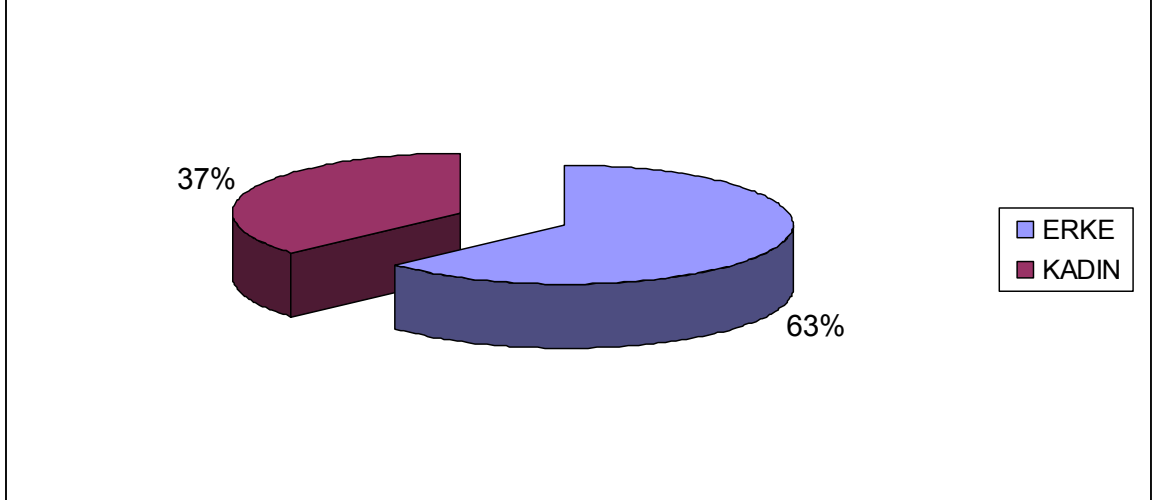
4. KANAL 25 TV ÖLÇEĞİNDE İZLEYİCİ GÖZÜYLE YEREL TELEVİZYON

Doğu Anadolu Bölgesi'nin en gelişmiş illerinden biri olan Erzurum'da yayın yapan Kanal 25 TV'nin yayın akışı ve içeriğiyle ilgili hedef kitlenin değerlendirmeleri yaptığımız anket çalışmalarıyla tespit edilmeye çalışılmıştır.

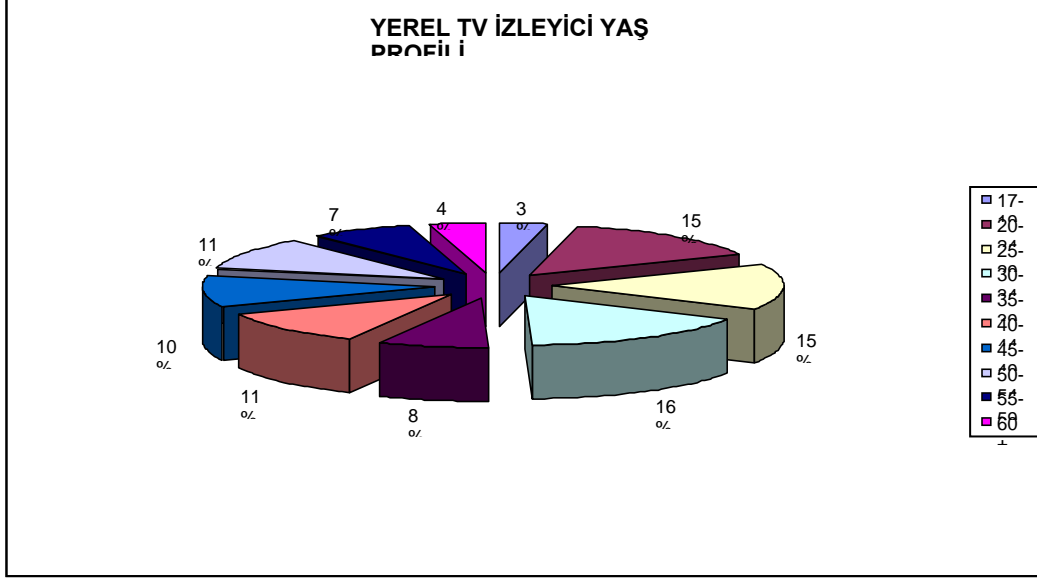
Kent merkezinde farklı semtlerden seçilen ve il geneli için örneklem oluşturabilecek 300 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemiyle yaptığımız anket çalışmasıyla söz konusu televizyon kanalının yayınlarının görüntü kalitesi ve programlarının izleyici tarafından yapılan değerlendirmelerinin yanı sıra, bu kanalda en çok izlenen programlar da belirlenmiştir.

Anketimize katılan 300 kişinin cinsiyet profili aşağıdaki grafikte (Grafik 1) sunulmuştur.

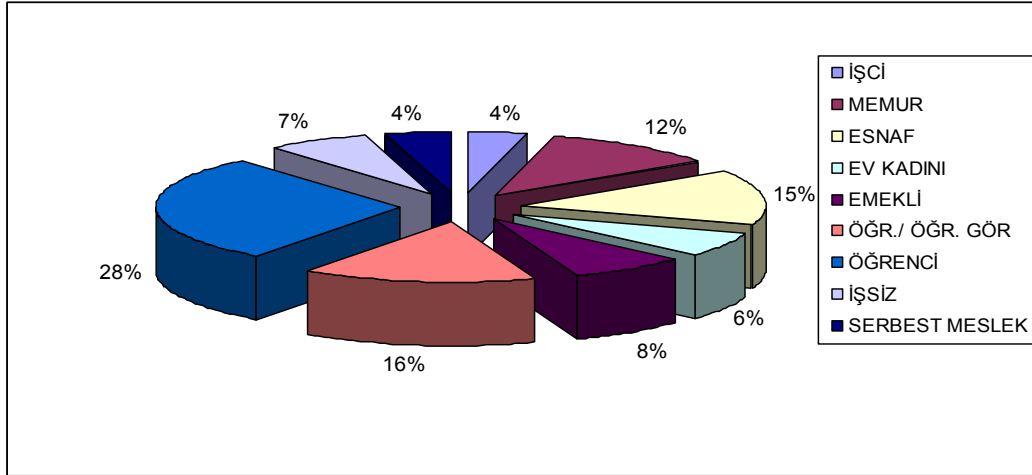
Grafik 1. Örneklerin Cinsiyet Profili



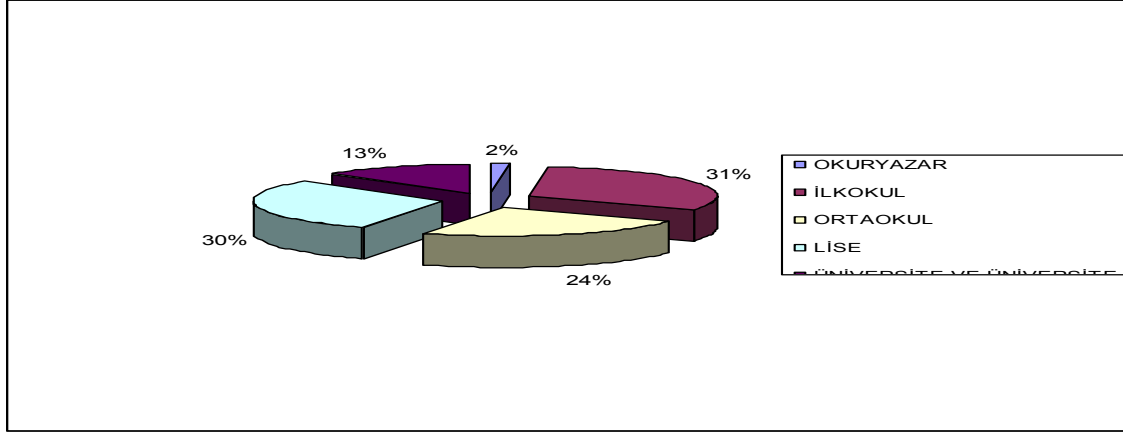
Anketimize katılanların yaş dağılımı aşağıdaki pasta grafikte sunulmuştur. Ankete katılanların önemli bir kısmını 50-54 yaş grubu oluşturmaktadır.

Grafik 2. Yaş

Örneklemin meslek gruplarına göre dağılımı ise aşağıdaki grafikte görülmektedir.

(Grafik 3)**Grafik 3. Meslek Grupları**

Örneklemin eğitim durumu aşağıdaki grafikte sunulmaktadır. Pasta grafikte belirtildiği gibi ankete katılanların önemli bir kısmını ortaokulu ve lise mezunları teşkil etmektedir.

Grafik 4. Örneklemin Eğitim Durumu

Örneklemin yüzde 66'sı düzenli olarak televizyon izlediğini belirtirken, yüzde 34'ü ise tam tersi bir görüş bildirmiştir. Cinsiyet açısından bakıldığında ise ankete katılan kadınların yüzde 37'si, erkeklerin de yüzde 62'i düzenli televizyon izlediği dikkat çekmektedir. (Tablo 5)

Tablo 5. Düzenli Televizyon İzleme Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET				
		KADIN	ERKEK	TOPLAM		
DÜZENLİ OLARAK TELEVİZYON İZLİYOR MUSUNUZ?	EVET	SAYI	75	123	198	
		DÜZENLİ TV İZLEME İÇİNDE %	37%	62%	% 100	
		CİNSİYET İÇİNDE %	68%	64,70%	% 66	
		TOPLAMDA %	25%	41%	% 66	
	HAYIR	SAYI	35	67	102	
		DÜZENLİ TV İZLEME İÇİNDE %	34%	65,60%	% 100	
		CİNSİYET İÇİNDE %	31,80%	35,20%	% 34	
		TOPLAMDA %	11,60%	22,30%	% 34	
		TOPLAM	SAYI	110	190	300

Günlük hayatımızın vazgeçilmezi durumunda olan televizyonun günde ortalama en çok 2-4 saat arasında izlendiği dikkat çekerken, 6 saatten fazla televizyon izleyenlerin oranının düşük seviyede kaldığı göze çarpmaktadır. (Tablo 6)

Tablo 6. Düzenli Televizyon İzleme Süresi

		SAYI	YÜZDE(%)
BİR GÜNDE TV İLEME ORTALAMA KAÇ SAAT AYIRIYORSUNUZ?	1 SAATTEN AZ	58	% 19,33
	1-2 SAAT	97	% 32,3
	2-4 SAAT	112	% 37,33
	4-6 SAAT	21	% 7
	6 SAATTEN FAZLA	12	% 4
TOPLAM		300	100%

En sık izlenen televizyon kanalını cinsiyete göre ele aldığımızda ise örneklemin büyük çoğunluğunun izlediği televizyon kanalının Show TV olduğu anlaşılmaktadır. Anket sonuçlarında eğitim seviyesi yüksek olanların önemli bir kısmı da Show TV'yi izlerken, üniversite mezunlarının büyük çoğunluğunun Kanal 7 TV izlediği görülmektedir.

Okuryazarların yarısından fazlası, ilkokul mezunlarının yüzde 29'u, ortaokul ve lise mezunlarının yüzde 27'si, üniversite mezunlarının yüzde 15'inin Show TV'yi izlediği anlaşılırken, üniversite mezunlarının büyük kısmının Kanal 7 TV izlediği göze çarpmaktadır.

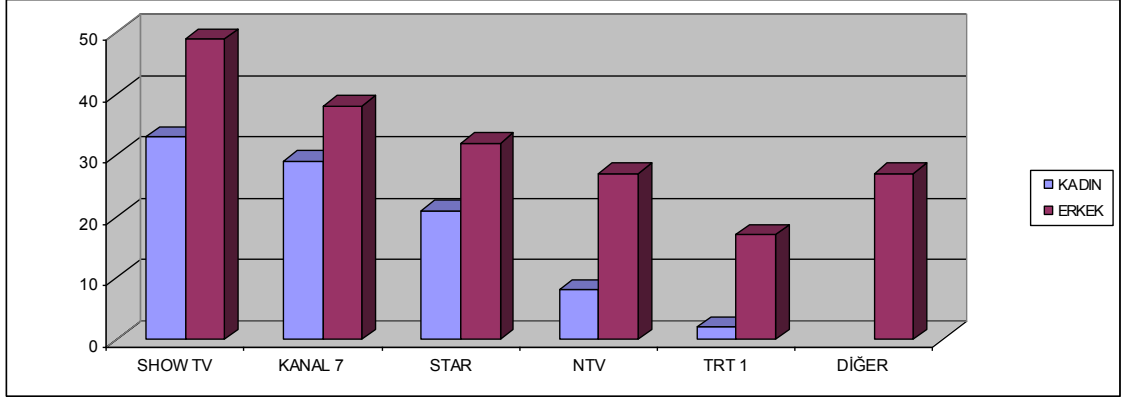
Bazı televizyon kanallarının hiç izlenmediğinin saptandığı anket sonuçlarında, en çok izlenen televizyon kanalları arasında ikinci sırada ise Kanal 7, daha sonra ise Star TV yer almaktadır. (Tablo 7)

Tablo 7. En sık İzlenen Televizyon Kanalı Eğitim İlişkisi Tablosu

		EĞİTİM					TOPLAM
		OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVER. +	
ATV	SAYI		2	1	2	1	6
	EĞİTİM İÇİNDE %		2,10%	1,30%	2,10%	2,50%	
	TOPLAMDA %		0,60%	0,30%	% 0.6	0,30%	
KANAL D	SAYI		5	1	1		7
	EĞİTİM İÇİNDE %		5,30%	1,30%	1,10%		
	TOPLAMDA %		1,60%	0,30%	0,30%		
STAR	SAYI	2	17	17	13	4	53
	EĞİTİM İÇİNDE %	40%	18%	23,60%	14,40%	10,20%	
	TOPLAMDA %	0,60%	6%	5,60%	4,30%	% 1.3	
SHOW TV	SAYI	3	28	20	25	6	82
	EĞİTİM İÇİNDE %	60%	29,70%	27,70%	27,70%	15,30%	
	TOPLAMDA %	1%	9,30%	6,60%	8,30%	2%	
CNN TÜRK	SAYI					2	2
	EĞİTİM İÇİNDE %					5,10%	
	TOPLAMDA %					0,60%	
NTV	SAYI		7	7	12	9	35
	EĞİTİM İÇİNDE %		2,10%	9,70%	13%	23%	
	TOPLAMDA %		230,00%	2,30%	4%	3%	
TRT1	SAYI		5	2	10	2	19
	EĞİTİM İÇİNDE %		5,30%	2,70%	11,10%	5,10%	
	TOPLAMDA %		% 1.6	0,60%	3,30%	0,60%	
CNBC-e	SAYI						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAMDA %						
TRT2	SAYI						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAMDA %						
KANAL 7	SAYI		20	19	16	12	67
	EĞİTİM İÇİNDE %		21,50%	26,30%	17,70%	30,70%	
	TOPLAMDA %		6,60%	% 6.3	5,30%	4%	
KRAL TV	SAYI		2	1	3		6
	EĞİTİM İÇİNDE %		2,10%	1,30%	3,30%		
	TOPLAMDA %		0,60%	0,30%	1%		
STV	SAYI		2	2	7	3	14
	EĞİTİM İÇİNDE %		2,10%	2,70%	7,70%	7,60%	
	TOPLAMDA %		0,60%	0,60%	2,30%	1%	
MELTEM TV	SAYI		3	1			4
	EĞİTİM İÇİNDE %		3,10%	1,30%			
	TOPLAMDA %		1	0,3			
IŞIK TV	SAYI						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAMDA %						
NATİONAL GEOGRAPHİE	SAYI						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAMDA %						
KANAL1	SAYI		3	1	1		5
	EĞİTİM İÇİNDE %		3,10%	1,30%	1,10%		
	TOPLAMDA %		1%	0,30%	0,30%		
FARK ETMEZ	SAYI						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAMDA %						
TOPLAM	SAYI	5	94	72	90	39	300
	EĞİTİM İÇİNDE %	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100
	TOPLAMDA %	% 1.67	% 23.33	% 31.67	% 30.00	% 13.33	TOPLAM

Grafik 5'te ise cinsiyete göre en çok izlenen ulusal televizyon kanalları sıralanmaktadır.

Grafik 5. En Sık İzlenen Ulusal TV Kanalları ve Cinsiyet İlişkisi



Anketimize cevap verenlerin ulusal televizyon kanallarından en çok Show TV'yi izledikleri görülürken, bu televizyon kanalının en çok izlenmesinde erkeklerin oranının daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. (Tablo 8)

Tablo 8. En çok İzlenen Ulusal TV Kanalları Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET		TOPLAM
		KADIN	ERKEK	
ATV	SAYI	3	3	6
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	1,50%	
	TOPLAMDA %	1%	1%	
KANAL D	SAYI	1	6	7
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	3,10%	
	TOPLAMDA %	0,30%	2%	
STAR	SAYI	21	32	53
	CİNSİYET İÇİNDE %	19%	16,80%	
	TOPLAMDA %	7%	10,60%	
SHOW TV	SAYI	33	49	82
	CİNSİYET İÇİNDE %	30%	25,70%	
	TOPLAMDA %	11%	16,30%	
CNN TÜRK	SAYI		2	2
	CİNSİYET İÇİNDE %		1%	
	TOPLAMDA %		0,60%	
NTV	SAYI	8	27	35
	CİNSİYET İÇİNDE %	7,20%	14,20%	
	TOPLAMDA %	2,6	9%	
TRT1	SAYI	2	17	19
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	8,90%	
	TOPLAMDA %	0,60%	5,60%	
CNBC-e	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	TOPLAMDA %			
TRT2	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	TOPLAMDA %			
KANAL 7	SAYI	29	38	67
	CİNSİYET İÇİNDE %	26,30%	20%	
	TOPLAMDA %	9,60%	12,60%	
KRAL TV	SAYI	3	3	6
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	1,50%	
	TOPLAMDA %	1%	1%	
STV	SAYI	5	9	14
	CİNSİYET İÇİNDE %	4,50%	4,70%	
	TOPLAMDA %	1,60%	3%	
MELTEM TV	SAYI	1	3	4
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,50%	
	TOPLAMDA %	0,30%	1%	
IŞIK TV	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	TOPLAMDA %			
NATIONAL GEOGRAPHIE	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	TOPLAMDA %			
KANAL 1	SAYI	4	1	5
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%	0,50%	
	TOPLAMDA %	1,30%	0,30%	
FARK ETMEZ	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	TOPLAMDA %			
TOPLAM	SAYI	110	190	300
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	
	TOPLAMDA %	36,60%	63,30%	

Ankete katılanların en sık izlediği program türleri açısından incelendiğinde ise, televizyonlarda yayınlanan programlardan en çok dizilerin izlendiği dikkat çekmektedir. Dizi izleyenler arasında erkeklerin oranı yüzde 55 iken kadınların oranı ise yüzde 44.20 olarak tespit edilmiştir.

Dizilerin ardından en çok izlenen ikinci program türü ise yarışma programlarıdır. Program türleri arasında en az izlenen yayınının ise ekonomi olduğu görülmüştür.

Ankette ayrıca erkeklerin hiçbirinin televizyondaki müzik programlarını takip etmediği yönünde görüş beyan etmeleri ilgi çekmektedir. (Tablo 9)

Tablo 9. Tercih Edilen Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

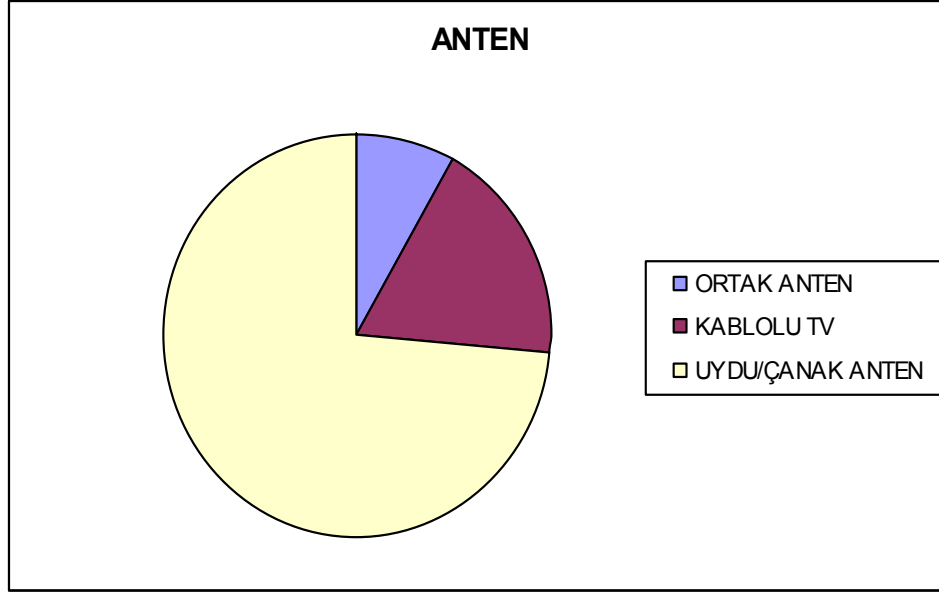
		CİNSİYET		TOPLAM	
		KADIN	ERKEK		
TV DE İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	DİZİ	SAYI	23	29	52
		PROĞRAMLAR İÇİNDE %	44,20%	55,70%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	20,90%	9,60%	
	HABER	SAYI	9	22	31
		PROĞRAMLAR İÇİNDE %	31%	70,90%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	28,10%	11,50%	
	YARIŞMA	SAYI	12	23	35
		PROĞRAMLAR İÇİNDE %	34,20%	65,70%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	% 10,9	12,10%	
	SİNEMA	SAYI	16	7	23
		PROĞRAMLAR İÇİNDE %	69,50%	30,40%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	14,50%	3,60%	
	SPOR	SAYI	3	29	32
PROĞRAMLAR İÇİNDE %		9,30%	90,60%		
CİNSİYET İÇİNDE %		2,70%	15,20%		
TARTIŞMA	SAYI	4	17	21	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	19%	80,90%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%	8,90%		
SİYASAL İÇERİKLİ	SAYI	2	9	11	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	18,10%	81,80%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	4,70%		
MÜZİK	SAYI	6		6	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	100%			
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,40%			
BELGESEL	SAYI	12	2	14	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	85,70%	14,20%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	10,90%	1%		
EKONOMİ	SAYI	2	3	5	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	40%	60%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	% 1,5		
HEPSİ/ FARKETMEZ	SAYI	21	49	70	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	30%	70%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	19%	25,70%		
TOPLAM	SAYI	110	190	300	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	36,60%	63,30%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		
	TOPLAM	36,60%	63,30%		

Eğitim durumuna göre anket sonuçları ele alındığında, eğitim durumu ne olursa olsun insanların televizyonu bu dönemde daha çok dizi izleme ve yarışma programlarını izlemek için kullandığı anlaşılmaktadır. (Tablo 10)

Tablo 10. Eğitime Göre TV’de Program Türü İzleme İlişkisi

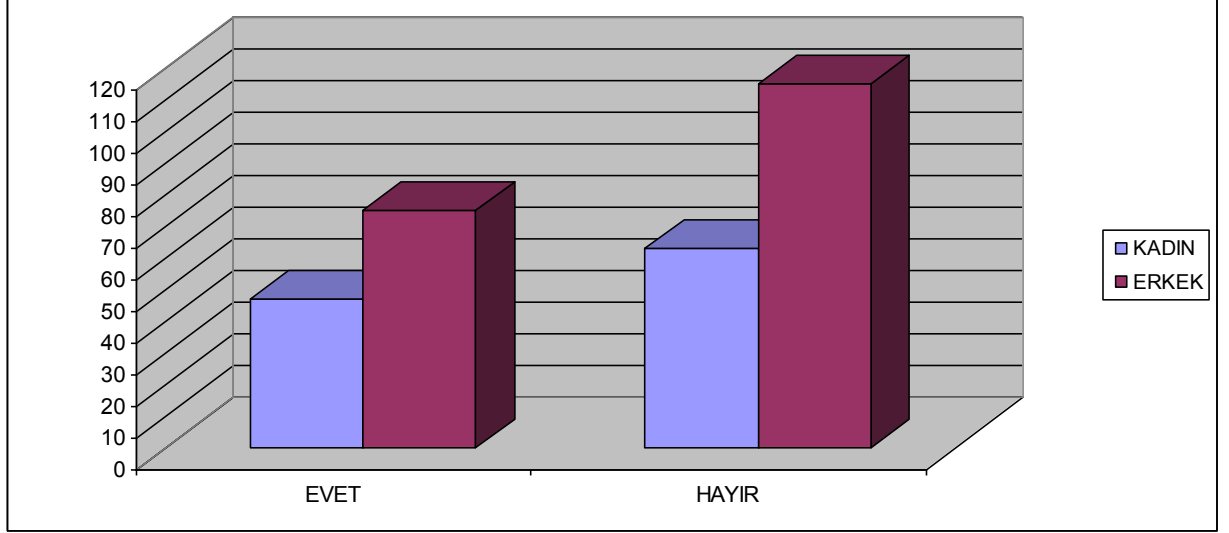
		EĞİTİM DURUMU					TOPLAM	
		OKURYAZAR	ILKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	UNİVER. +		
TV DE İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	DİZİ	SAYI	2	19	18	10	3	52
		PROĞRAMLAR İÇİNDE %	3,80%	36,50%	34,60%	19,20%	5,70%	
		EĞİTİM İÇİNDE %	40%	20,20%	25%	11,10%	7,60%	
HABER	SAYI		4	6	9	12	31	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		12,90%	19,30%	29%	38,70%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	20,20%	8,30%	10%	30%		
YARIŞMA	SAYI		10	9	12	4	35	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		28,50%	25,70%	34,20%	11,40%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	10,60%	12,50%	13,30%	10,20%		
		TOPLAM						
SİNEMA	SAYI	3	8	4	7	1	23	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	13%	34,70%	17,30%	30,40%	4,30%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	60%	8,50%	5,50%	7,70%	2,50%	
SPOR	SAYI		13	6	8	5	32	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		40,60%	18,70%	25%	15,60%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	13,80%	8,30%	8,80%	12,80%		
		TOPLAM						
TARTIŞMA	SAYI		1	5	11	4	21	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		4,70%	23,80%	52,30%	19%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	1,10%	6,90%	12,20%	10,20%		
SİYASAL İÇERİKLİ	SAYI			3	6	2	11	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %			27,20%	54,50%	18,10%		
		EĞİTİM İÇİNDE %		4,10%	6,60%	5,10%		
		TOPLAM						
MÜZİK	SAYI		2	3	1		6	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		33,30%	50%	16,60%			
		EĞİTİM İÇİNDE %	2,20%	4,10%	1,10%			
BELGESEL	SAYI		1	7	6		14	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		7,10%	50%	42,80%			
		EĞİTİM İÇİNDE %	1,10%	9,70%	10%			
EKONOMİ	SAYI			1	1	3	5	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %			20%	20%	60%		
		EĞİTİM İÇİNDE %		1,30%	1,1	7,60%		
		TOPLAM						
HEPSİ/ FARKETMEZ	SAYI		36	10	19	5	70	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %		51,40%	14,20%	27,10%	7,10%		
		EĞİTİM İÇİNDE %	38,20%	13,80%	21,10%	12,80%		
TOPLAM	SAYI	5	94	72	90	39	300	
	PROĞRAMLAR İÇİNDE %	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		

Erzurum’da insanların önemli bir oranı televizyon yayınlarına ortak olarak kullanılan, balkon ya da çatı anteni olan uydu ve çanak anteni ile ulaşıyor. (Grafik 6)

Grafik 6. Televizyon yayınlarına ulaşma şekli

Anketimize katılanların yarıya yakını yerel televizyon izlediğini belirtirken, bu oranda erkeklerin payının daha yüksek olduğu açıkça görülüyor. Erkeklerin yüzde 40'ının, kadınların da yüzde 42'sinin yerel televizyon kanalını takip ettikleri tespit edilmiştir. (Grafik 7)

Grafik 7. Örneklemin Cinsiyete Göre Düzenli Yerel TV İzleme Oranı



Grafik. 7. Örneklemin Cinsiyete Göre Düzenli Yerel TV İzleme Oranı

Yerel televizyon kanallarını izleyenlerin eğitim durumlarına bakıldığında ise dikkat çekici veriler tespit edilmiştir. Yerel televizyon kanallarını takip edenlerin önemli bir kısmının eğitim seviyesi yüksek olması beklenirken, anketimize katılan üniversite mezunlarının yalnızca yüzde 35,80'inin yerel televizyon kanalını izlediği ortaya çıkmıştır. Anket sonuçlarına göre yerel televizyon kanallarını izleyenlerin oranlaması esas alındığında ilk sırada ortaokul mezunları yer almaktadır. İkinci sırada ise lise mezunlarının yer aldığı görülmektedir. (Tablo 11)

Tablo 11. Yerel Televizyon İzleme Eğitim İlişkisi Tablosu

			EĞİTİM DURUMU					TOPLAM
			OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVERSİTE +	
YEREL TELEVİZYON İZLİYORMUSUNUZ ?	EVET	SAYI	1	33	36	38	14	122
		YEREL TV İZLEME İÇİNDE % EĞİTİM İÇİNDE %	0,80%	27%	29,50%	31,10 % 42,20 %	11,40%	
			20%	35,10%	50%		35,80%	
	HAYIR	SAYI	4	61	36	52	25	178
		YEREL TV İZLEME İÇİNDE % EĞİTİM İÇİNDE %	2,20%	34%	20,20%	29,20 % 57,70 %	14%	
			80%	64,80%	20,20%		64,10%	
TOPLAM								
TOPLAM	SAYI	5	94	72	90	39	300	
	YEREL TV İZLEME İÇİNDE % EĞİTİM İÇİNDE %	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		
		100%	100%	100%	100%	100%		
	TOPLAM	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		

Yerel televizyon izleyenler arasında yalnızca yüzde 34,4'ü düzenli olarak her gün yerel kanalı takip ettiklerini belirtmiştir. (Tablo 12)

Tablo 12. Yerel TV İzleyenler İçinde Her Gün Yerel TV izleyenlerin Oranı

	HER GÜN YEREL TV İZLEME		
	EVET	HAYIR	TOPLAM
YEREL TV İZLEYENLER	% 34,40	% 65,60	122

Yerel televizyon izleme süresi bakımından anket sonuçları değerlendirildiğinde yerel televizyon kanalını günde 1 saatten az izleyenlerin oranının çok fazla olduğu görülmektedir. (Tablo 13)

Tablo 13. Günde Yerel TV İzleme Süresi

		SAYI	YÜZDE(%)
GÜNDE KAÇ SAAT YEREL TV İZLİYORSUNUZ?	1 SAATTEN AZ	65	% 21,60
	1-2 SAAT	22	% 7,30
	2-4 SAAT	4	% 1,3
	4-6 SAAT	6	% 2
	TOTAL		
	DÜZENLİ İZLEMEDİĞİ İÇİN CEVAP VEREMEYENLER	203	% 67,60
TOPLAM		300	100%

Anketimize katılanların önemli bir oranının Erzurum'da meydana gelen gelişmelerle ilgili bilgiyi yerel televizyon kanalından aldıkları görülmektedir. Televizyon kanalını ise yerel gazeteler ve yerel radyolar takip etmektedir. Yerel gazeteleri takip edenlerin büyük çoğunluğunu beklenildiği üzere üniversite mezunları oluşturmaktadır. (Tablo 14)

Tablo 14. Eğitim Durumu Erzurum’da Meydana Gelen Gelişmelerle İlgili Bilgi Sağlamada Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı

		EĞİTİM DURUMU					TOPLAM
		OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVER. +	
YEREL RADYOLARDAN	SAYI	1	3	2		1	7
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %	14,20%	42,80%	28,50%		14,20%	
	EĞİTİM İÇİNDE %	20%	3,10%	2,70%		2,50%	
	TOPLAM						
YEREL TV	SAYI	4	49	29	39	26	147
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %	2,70%	33,30%	19,70%	26,50%	17,60%	
	EĞİTİM İÇİNDE %	80%	52,10%	40,20%	43,30%	66,60%	
	TOPLAM						
YEREL GAZETE	SAYI		4	6	5	8	23
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %		17,30%	26%	21,70%	34,70%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		4,20%	8,30%	5,50%	20,00%	
	TOPLAM						
YEREL İÇERİKLİ İNTERNET SİTELERİ PORTALLAR	SAYI		2	7	16	2	27
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %		7,40%	25,90%	59,20%	7,40%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		2,10%	9,70%	17,70%	5,10%	
	TOPLAM						
ULUSAL GAZETE ULUSAL TV	SAYI		17	9	4	1	31
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %		54,80%	29%	12,90%	3,20%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		18%	12,50%	4,40%	2,50%	
	TOPLAM						
ÇEVREDEDEN	SAYI		19	5	2		26
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %		73%	19,20%	7,80%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		20,20%	6,90%	2,20%		
	TOPLAM						
İHTİYAÇ DUYMUYORUM	SAYI						
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %						
	EĞİTİM İÇİNDE %						
	TOPLAM						
TAKİP ETMİYORUM	SAYI			14	24	1	39
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %			35,80%	61,50%	2,50%	
	EĞİTİM İÇİNDE %			19,40%	26,60%	2,50%	
	TOPLAM						
TOPLAM	SAYI	5	94	72	90	39	300
	BİLGİ SAĞLAM İÇİNDE %	1,60%	31,30%	24%	30%	13%	
	EĞİTİM İÇİNDE %	100%	100%	100%	100%	100%	
	TOPLAM	1,60%	31,30%	24%	30%	13%	

Yayın içeriği açısından eğitim durumuna göre takip edilen yerel kitle iletişim aracının yine yerel televizyon kanalı olduğu görülmektedir. Ankete yanıt verenlerin yüzde 46'sının yayın içeriği açısından yerel yayın yapan kitle iletişim araçlarından yerel televizyon kanalını tercih ettiğini belirtmişlerdir. Yerel televizyon kanalını takip edenler arasında yüzde 54,10 oranıyla ortaokul mezunları ilk sırada yer almaktadır. (Tablo 15)

Tablo 15. Eğitim Durumu Yayın İçeriği Açısından Tercih Edilen Kitle İletişim Aracı İlişkisi

		EĞİTİM DURUMU						
		OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVER. +	TOPLAM	
YAYIN İÇERİĞİ AÇISINDAN HANGİ YEREL KİTLE İLETİŞİM ARACINI TAKİP ETMEYİ TERCİH EDİYORSUNUZ?	YEREL RADYO	SAYI		3	2	5	2	12
		KİA'LAR İÇİNDE %		25%	16,60%	41,60%	16,60%	
		EĞİTİM İÇİNDE %		3,20%	2,70%	5,50%	5,10%	
YEREL TV	SAYI	4	35	39	41	19	138	
	KİA'LAR İÇİNDE %	2,90%	25,30%	28,20%	29,70%	13,70%		
	EĞİTİM İÇİNDE %	80%	37,20%	54,10%	45,50%	48,70%		
YEREL GAZETE	SAYI		1	3	5	3	12	
	KİA'LAR İÇİNDE %		8,30%	25%	41,60%	25%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		1%	4,10%	5,50%	7,70%		
YEREL İÇERİKLİ İNTERNET SİTELERİ PORTALLAR	SAYI			1	14	9	24	
	KİA'LAR İÇİNDE %			4,10%	58,30%	37,50%		
	EĞİTİM İÇİNDE %			1,30%	15,50%	23%		
HİCBİRİ	SAYI	1	29	15	17	3	65	
	KİA'LAR İÇİNDE %	1,50%	44,60%	23%	26,10%	4,60%		
	EĞİTİM İÇİNDE %	20%	30,80%	20,80%	18,80%	7,70%		
FARKETMEZ	SAYI		14	6	4		24	
	KİA'LAR İÇİNDE %		58,30%	25%	16,60%			
	EĞİTİM İÇİNDE %		14,90%	8,30%	4,40%			
İHTİYAÇ DUYMUYORUM	SAYI		12	6	4	3	25	
	KİA'LAR İÇİNDE %		48%	24%	16%	12%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		12,70%	8,30%	4,40%	7,70%		
TOPLAM	TOPLAM							
	SAYI	5	94	72	90	39	300	
	KİA'LAR İÇİNDE %	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		
	EĞİTİM İÇİNDE %	100%	100%	100%	100%	100%		
	TOPLAM	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		

Ankete katılan erkekler de kadınların da yerel televizyon kanalında daha çok haber programını izlemeyi tercih ettiği dikkati çekmektedir. Kadınların yüzde 50'si, erkeklerin ise yüzde 65.70'i yerel televizyon kanalında haber programını izlemeyi tercih etmektedir. İkinci sırada ise dini ve spor programları gelmektedir. (Tablo 15a)

Tablo 15a Yerel TV'de İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu

YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?		CİNSİYET		TOPLAM
		KADIN	ERKEK	
HABER	SAYI	55	125	180
	CİNSİYET İÇİNDE %	50%	65,70%	
EKONOMİ	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
SİNEMA	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
SPOR	SAYI	5	35	40
	CİNSİYET İÇİNDE %	4,50%	18,40%	
TARTIŞMA	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
SİYASAY İÇERİKLİ	SAYI	3	7	10
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	3,60%	
MÜZİK	SAYI	17	3	20
	CİNSİYET İÇİNDE %	15,40%	1,50%	
BELGESEL	SAYI	3	2	5
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	1%	
EĞİTİM	SAYI	2	3	5
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	1,50%	
DİNİ İÇERİKLİ	SAYI	25	15	40
	CİNSİYET İÇİNDE %	22,70%	7,80%	
REKLAM	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
YOK	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
TOPLAM	SAYI	110	190	300
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Yerel Televizyon izleyicilerine ikinci tercihleri sorulduğunda kadınların dini programları, erkeklerin ise spor programını tercih ettiği anlaşılmaktadır. Erkeklerin yüzde 61,50'sinin spor programını ikinci tercih olarak ifade etmiştir. (Tablo 15b)

Tablo 15b Yerel TV'de İkinci Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu

		CİNSİYET			
		KADIN	ERKEK	TOPLAM	
YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	HABER	SAYI	3	5	8
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	2,60%	
EKONOMİ	SAYI	7	13	20	
		CİNSİYET İÇİNDE %	6,30%	6,80%	
SİNEMA	SAYI	16	25	41	
		CİNSİYET İÇİNDE %	14,50%	13,10%	
SPOR	SAYI	3	117	120	
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	61,50%	
TARTIŞMA	SAYI	16	7	23	
		CİNSİYET İÇİNDE %	14,50%	6,30%	
SİYASAY İÇERİKLİ	SAYI	2	3	5	
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	1,50%	
MÜZİK	SAYI	4	5	9	
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%		
BELGESEL	SAYI	3	1	4	
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	0,50%	
DİNİ İÇERİKLİ	SAYI	56	14	70	
		CİNSİYET İÇİNDE %	50,90%	7,30%	
TOPLAM	SAYI	110	190	300	
		CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Anketimize katılanlara üçüncü tercihleri sorulduğunda ise kadın ve erkeklerin eğitimi programlarını izlediklerini kaydetmişlerdir. (Tablo 15c)

Tablo 15.c Yerel TV’de Üçüncü Derecede İzlemeyi Tercih Ettikleri Programlar ve Cinsiyet İlişkisi Tablosu

		CİNSİYET		
		KADIN	ERKEK	TOPLAM
YEREL TV KANALLARINDA İZLEMİYİ TERCİH ETTİĞİNİZ PROGRAM TÜRLERİ NELERDİR?	SAYI	2	5	7
	SİNEMA			
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,70%	4,90%	
	SPOR			
	SAYI	1	2	3
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	1,90%	
	TARTIŞMA			
	SAYI	3	5	8
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,60%	5%	
	SIYASAL İÇERİKLİ			
	SAYI	1	6	7
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	5,90%	
	MÜZİK			
	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
	BELGESEL			
	SAYI	3	7	10
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,60%	6,90%	
	EĞİTİM			
	SAYI	43	76	119
CİNSİYET İÇİNDE %	81,10%	69%		
SAĞLIK				
SAYI				
CİNSİYET İÇİNDE %				
TOPLAM	SAYI	53	101	154
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Erzurum’da Kanal 25 TV’yi takip eden ve anketimize katılan erkeklerin de kadınların da ulusal televizyon kanallarında yayınlanan program türlerinden farklı olarak yerel kanalda haber programını takip ettiklerini belirtmişlerdir Kadınların yüzde 51’i, erkeklerin de yüzde 59’u haber programlarını ulusal kanallarından farklı olarak tercih etmektedir. (Tablo 16a)

Tablo 16a Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyonlardan Farklı Olarak Takip Edilen Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET			
		KADIN	ERKEK	TOPLAM	
YEREL KANALLARINDA ULUSAL KANALLARDAN FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	HABER	SAYI	57	113	170
		CİNSİYET İÇİNDE %	51,80%	59,40%	
	EKONOMİ	SAYI	1	7	8
		CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	3,60%	
	SİNEMA	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	SPOR	SAYI	3	7	10
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	3,60%	
	TARTIŞMA	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,50%	
	SIYASAY İÇERİKLİ	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	MÜZİK	SAYI	2		2
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%		
	BELGESEL	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	EĞİTİM	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	SAĞLIK	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	DİNİ İÇERİKLİ	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %				
REKLAM	SAYI				
	CİNSİYET İÇİNDE %				
İŞ İLANI	SAYI				
	CİNSİYET İÇİNDE %				
FARKLI PROGRAM YOK	SAYI	46	60	106	
	CİNSİYET İÇİNDE %	41,80%	31,50%		
TOPLAM	SAYI	110	190	300	
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		

Ulusal televizyon kanallarından farklı olarak yerel televizyon kanallarında izlenen programlardan ikinci derecede öneme sahip olan programlardan erkekler için spor, kadınlar için ise yerel içerikli programlar olduğu tespit edilmiştir.(Tablo 16b)

Tablo 16b Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyonlardan Farklı Olarak İkinci Derecede Takip Edilen Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

		KADIN	ERKEK	TOPLAM	
YEREL KANALLARINDA ULUSAL KANALLARDAN FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	EKONOMİ	SAYI	1	1	
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,30%		
	SİNEMA	SAYI	3		3
		CİNSİYET İÇİNDE %	6,90%		
	SPOR	SAYI	13	54	67
		CİNSİYET İÇİNDE %	30,20%	51,90%	
	TARTIŞMA	SAYI	9	18	27
		CİNSİYET İÇİNDE %	20,90%	17,30%	
	SİYASAY İÇERİKLİ	SAYI	1	4	5
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,30%	3,80%	
	MÜZİK	SAYI	3	5	8
		CİNSİYET İÇİNDE %	6,90%	4,80%	
	YEREL İÇERİKLİ	SAYI	23	13	36
		CİNSİYET İÇİNDE %	53,40%	12,50%	
	TOPLAM	SAYI	43	104	147
		CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Yerel Televizyon kanallarında ulusal televizyon kanallarından farklı olarak erkeklerin üçüncü derecede tartışma, kadınların ise spor programlarını tercih ettiği görülmektedir. (Tablo 16c)

Tablo 16c Yerel Televizyon Kanallarında Ulusal Televizyonlardan Farklı Olarak Üçüncü Derecede Takip Edilen Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET				
		KADIN	ERKEK	TOPLAM		
YEREL KANALLARINDA ULUSAL KANALLARDAN FARKLI HANGİ PROGRAMLARI İZLİYORSUNUZ?	SPOR	SAYI	24	1	25	
		CİNSİYET İÇİNDE %	77,40%	2,30%		
	TARTIŞMA	SAYI	3	27	30	
		CİNSİYET İÇİNDE %	9,60%	62,70%		
	SİYASAL İÇERİKLİ	SAYI	1	13	14	
		CİNSİYET İÇİNDE %	32,20%	30,20%		
	MÜZİK	SAYI	3	2	5	
		CİNSİYET İÇİNDE %	9,60%	4,60%		
	TOPLAM		SAYI	31	43	74
			CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Erzurum'da yayın yapan Kanal 25 Televizyonu'nun program çeşidi, program içeriği ve görsellik kriterleriyle "zayıf, orta, iyi, çok iyi, fikrim yok" şeklinde değerlendirme yapmaları istendi.

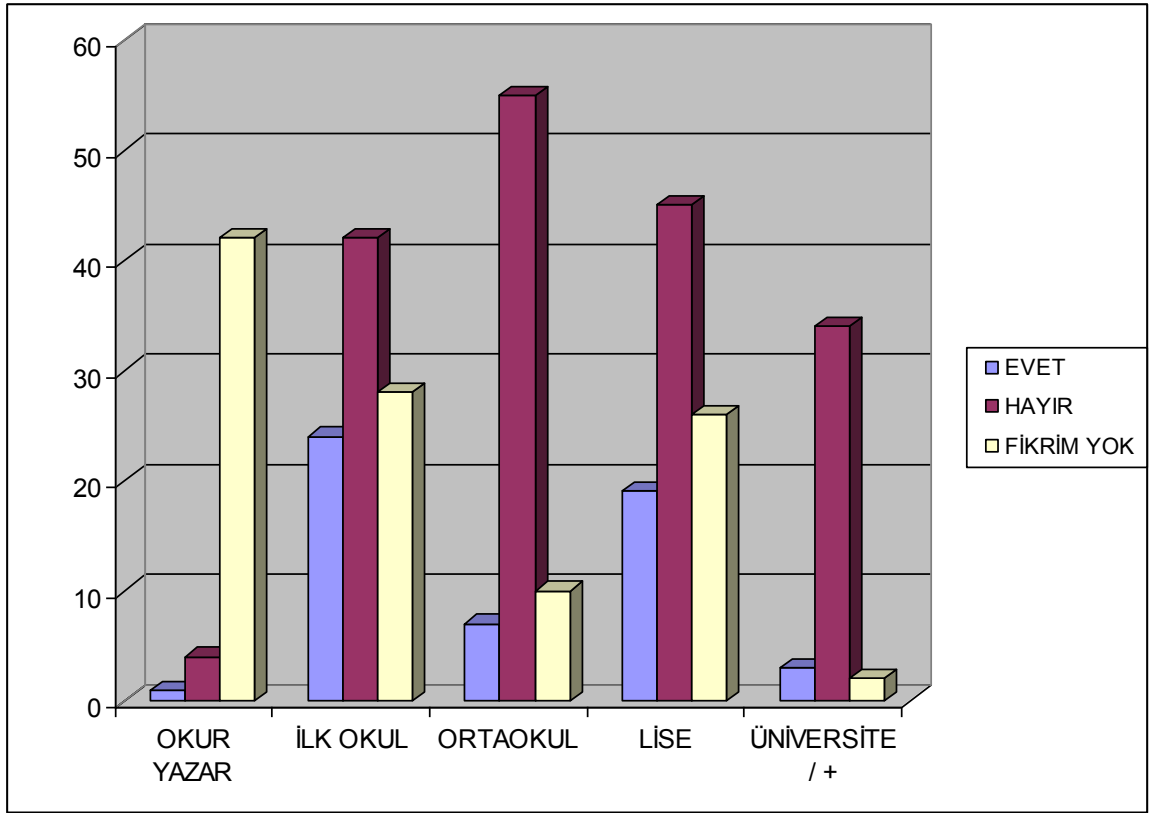
Kanal 25 TV, program çeşidi ve program içeriği açısından zayıf, görsellik kalitesi açısından ise orta düzeyde kabul edildiği dikkat çekmektedir. (Tablo 17)

Tablo 17. Yerel Televizyon Kanallarının Verilen Ölçütlere Göre İncelenmesi

		YEREL TELEVİZYON KANALINI İNCELEDİĞİMİZDE NASIL BULYORSUNUZ?						
			ZAYIF	ORTA	İYİ	ÇOK İYİ	FİKRİM YOK	TOPLAM
KANAL 25 TV	PROĞRAM TÜRÜ ÇEŞİDİ	SAYI	129	99	40	12	20	300
		% İÇİNDE ORANI	43%	33%	13,30%	4%	6,60%	
	PROĞRAM İÇERİĞİ	SAYI	113	33	3	1	150	300
		% İÇİNDE ORANI	37,60%	11%	1%	0,30%	50%	
	GÖRSELLİK (GÖRÜNTÜ KALİTESİ SES İŞİK)	SAYI	70	120	80	30		300
		% İÇİNDE ORANI	23,30%	40%	26%	10%		

Kanal 25 TV'nin kent kültürü üzerindeki etkisi olduğunu düşünenlerin oranı düşük seviyede kalırken, kent kültürü üzerinde etkili olmadığı yönünde görüş beyan edenlerin ise yüksek seviyede olduğu anlaşılmaktadır. (Grafik 9)

Grafik 9. Yerel Televizyon Kanalının Kent Kültürü Üzerindeki Etkisi ve Eğitim İlişkisi



Kadın ve erkek izleyicilerin yerel televizyon kanalında görmek istedikleri ancak yayınlanmayan program türleri arasında ilk sırada yerel içerikli program türleri geliyor. (Tablo 18a)

Tablo 18a Yerel Televizyon Kanallarında Görmek İsteddiğiniz Ancak Yayınlanmayan Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

	SAYI	CİNSİYET		TOPLAM
		KADIN	ERKEK	
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAMLAR NELERDİR?		1	3	4
YARIŞMA				
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,50%	
MÜZİK	SAYI	8	2	10
	CİNSİYET İÇİNDE %	7,20%	1%	
HUKUK	SAYI	1		1
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%		
SAĞLIK	SAYI	3		3
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%		
KİTAP TANITIM	SAYI	4		4
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%		
BİLGİSAYAR / TEKNOLOJİ	SAYI	1	3	4
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	2,70%	
YENİ VE ALTERNATİF MEKÂN TANITIMI	SAYI	8	46	54
	CİNSİYET İÇİNDE %	7,20%	24,20%	
ÇOCUK	SAYI	7	1	8
	CİNSİYET İÇİNDE %	6,30%	0,50%	
BELGESEL	SAYI	11	3	14
	CİNSİYET İÇİNDE %			
DİNİ İÇERİKLİ	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
TARTIŞMA / SOHBET	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
GÜNDEM	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
YEREL İÇERİKLİ	SAYI	25	57	82
	CİNSİYET İÇİNDE %	22,70%	30%	
EĞİTİM	SAYI	7	37	44
	CİNSİYET İÇİNDE %	6,30%	19,40%	
REKLAM	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			

EKONOMİ	SAYI	7	7	
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%		
KADIN	SAYI	19	2	21
	CİNSİYET İÇİNDE %	17,20%	1%	
KÜLTÜR SANAT	SAYI	6	2	8
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,40%	1%	
DİZİ	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %			
FİKRİM YOK	SAYI	9	27	36
	CİNSİYET İÇİNDE %	8%	14%	
TOPLAM	SAYI	110	190	300
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Kadın izleyicilerin yerel televizyon kanallarında görmek istedikleri ikinci derecede önemli program türü olarak bilgisayar ve teknoloji programları olduğu anlaşılırken, erkek izleyiciler için ise ikinci derecede yer alması gereken önemli program türünün sinema olduğu tespit edilmiştir. (Tablo 18 b)

Tablo 18b Yerel Televizyon Kanallarında İkinci Derecede Görmek İsteddiğiniz Ancak Yayınlanmayan Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET			
		KADIN	ERKEK	TOPLAM	
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAMLAR NELERDİR?	SAYI	1	4	5	
	MÜZİK				
		CİNSİYET İÇİNDE %	17,3	3,90%	
	HUKUK	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	SAĞLIK	SAYI	4	7	11
		CİNSİYET İÇİNDE %	5,40%	% 6,8	
	KİTAP TANITIM	SAYI	12	16	28
		CİNSİYET İÇİNDE %	16,40%	15,70%	
	BİLGİSAYAR / TEKNOLOJİ	SAYI	23	17	40
		CİNSİYET İÇİNDE %	31,50%	16,60%	
	YENİ VE ALTERNATİF MEKÂN TANITIMI	SAYI	1	4	5
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,30%	3,90%	
	ÇOCUK	SAYI	1	5	6
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,30%	4,90%	
	SİNEMA	SAYI	13	38	51
		CİNSİYET İÇİNDE %	17,80%	37,20%	
	DİNİ İÇERİKLİ	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	YEREL İÇERİKLİ	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,30%	0,90%	
	EĞİTİM	SAYI	14	4	18
		CİNSİYET İÇİNDE %	19,10%	3,90%	
	KADIN	SAYI	3	4	7
		CİNSİYET İÇİNDE %	4,10%	3,90%	
	KÜLTÜR SANAT	SAYI			
	CİNSİYET İÇİNDE %				
TOPLAM	SAYI	73	102	175	
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		

Hem kadın hem de erkek izleyicilerin yerel televizyon kanalında görmek istedikleri üçüncü derecede önemli program türü gündem ile ilgili programlar olduğu ortaya çıkmıştır. (Tablo 18c)

Tablo 18c Yerel Televizyon Kanallarında Görmek İsteddiğiniz Ancak Yayınlanmayan Üçüncü Derecede Program Türleri ve Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET		TOPLAM
		KADIN	ERKEK	
YEREL TV KANALLARINDA GÖRMEK İSTEDİĞİNİZ ANCAK YAYINLANMAYAN PROGRAMLAR NELERDİR?	SAYI	13	18	31
	SAĞLIK			
	CİNSİYET İÇİNDE %	24%	19,70%	
	KİTAP TANITIMI	9	7	16
	CİNSİYET İÇİNDE %	16%	7,60%	
	BİLGİSAYAR / TEKNOLOJİ	3	7	
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,50%	7,60%	10
	KİTAP TANITIM	1	2	3
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	3,70%	
	BİLGİSAYAR / TEKNOLOJİ	3	7	10
	CİNSİYET İÇİNDE %	5,50%	7,60%	
	YENİ VE ALTERNATİF MEKÂN TANITIMI	1	3	4
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	3,20%	
	ÇOCUK	2	5	7
	CİNSİYET İÇİNDE %	3,70%	5,40%	
	BELGESEL	1	7	8
	CİNSİYET İÇİNDE %	% 1.8	3,70%	
	GÜNDEM	21	35	56
	CİNSİYET İÇİNDE %	38,80%	38,46%	
	TOPLAM	SAYI	54	91
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Anketimize katılan izleyicilerin yerel televizyon kanalında yayınlanan programların, öncelikli olarak şehrin yöneticileri üzerinde etkili olduğu görüşündeler.

Ancak izleyicilerin tamamına yakının yerel televizyon kanalının eğitim üzerinde bir etkisi olmadığı görüşünde birleşiyorlar. (Tablo 19)

Tablo 19. Yerel Televizyon Kanallarının Veriler Üzerindeki Etkisi

		EVET	HAYIR	FİKRİM YOK	TOPLAM	
YEREL TELEVİZYON PROGRAMLARININ VE İÇERİKLERİNİN VERİLER ÜZERİNDE ETKİLİ OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORMUSUNUZ?	İZLEYİCİ YÖNLENDİRME	SAYI	37	197	66	300
		%İÇİNDE ORANI	12,30%	65,60%	22%	
	ŞEHİR YÖNETİCİLERİ	SAYI	144	81	75	300
		%İÇİNDE ORANI	48%	27%	25%	
	ŞEHİR EKONOMİK YAPISI	SAYI	33	156	11	300
		%İÇİNDE ORANI	11%	52%	37,00%	
	ŞEHİRİN KÜLTÜR VE SANAT YAŞIMI	SAYI	44	180	76	300
		%İÇİNDE ORANI	14,60%	60%	25,30%	
	ŞEHİRİN SİYASETÇİLERİ	SAYI	45	202	53	300
		%İÇİNDE ORANI	15%	67,30%	17,60%	
	ŞEHİRİN SPOR TAKIMLARI	SAYI	180	79	41	300
		%İÇİNDE ORANI	60%	26,30%	13,60%	
	ŞEHİRİN SORUNLARI	SAYI	135	90	75	300
		%İÇİNDE ORANI	45%	30%	25%	
	GÜNCEL KONULAR	SAYI	28	232	40	300
		%İÇİNDE ORANI	9,30%	77%	13,30%	
	ŞEHİRİN TANITIMI	SAYI	44	213	53	300
		%İÇİNDE ORANI	14,60%	71%	17,60%	
İZLEYİCİNİN EĞİTİMİ	SAYI	17	270	13	300	
	%İÇİNDE ORANI	5,60%	90%	4,30%		

Anketimize katılan kadın ve erkek izleyicilerin önemli bir kısmının yerel televizyon kanalı yayınlarına güvendiği dikkat çekmektedir. Televizyon kanalına

güvenen erkeklerin oranı kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

(Tablo 20)

Tablo 20. Yerel TV'ye Güven Cinsiyet İlişkisi

			CİNSİYET		
			KADIN	ERKEK	TOPLAM
YEREL TV LERİN YAYINLARINA GÜVEN DUYUYORMUSUNUZ?	EVET	SAYI	53	98	151
		YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	35%	64,90%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	481%	51,50%	
		TOPLAMDA %			
	HAYIR YAYINLAR NESNEL DEĞİL/TARAFLLI YAYIN YAPIYOR	SAYI	5	13	18
		YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	27,70%	72,20%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	4,50%	6,80%	
		TOPLAMDA %			
	HAYIR YEREL TV OLARAK YEREL KONU VE SORUNLARDA İŞLEVSEL DEĞİL	SAYI	8	3	11
		YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	72,70%	27,20%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	7,2	1,50%	
		TOPLAMDA %			
HAYIR YAYINLAR İNANDIRICI DEĞİL	SAYI	1	3	4	
	YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	25%	75%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,50%		
	TOPLAMDA %				
HAYIR PROFESYONEL YAYINCILIK YAPMIYORLAR	SAYI	12	33	45	
	YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	26,60%	73,30%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	10,90%	73,30%		
	TOPLAMDA %				
HAYIR ŞEHİR YÖNETİCİLERİ YEREL TV"LERİ ETKİLEMELİ	SAYI	2	5	7	
	YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	28,50%	71,40%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	2,60%		
	TOPLAMDA %				
HAYIR CEVAPSIZ BİLMİYORUM	SAYI	29	35	64	
	YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	45,30%	54,60%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	26,30%	18,40%		
	TOPLAMDA %				
TOPLAM	SAYI	110	190	300	
	YEREL TV"LERE GÜVEN İÇİNDE %	36,60%	63,30%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		
	TOPLAMDA %	36,60%	63,30%		

Yerel televizyon kanalına güvenenler arasında eğitim seviyesi yüksek olanların oranının daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Yerel TV'ye güvenmeyenlerin en önemli gerekçeleri olarak da profesyonelce yayın yapılmaması görüşü ön plana çıkmaktadır. (Tablo 21)

Tablo 21. Yerel TV'ye Güven Eğitim İlişkisi

		EĞİTİM DURUMU						TOPLAM
		OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVER. +		
YEREL TV'LERİN YAYINLARINA GÜVEN DUYUYORMU SUNUZ?	EVET	SAYI	5	39	30	52	25	151
		GÜVEN İÇİNDE %	3,30%	25,80%	19,80%	34,40%	16,50%	
		EĞİTİM İÇİNDE %	100%	41,40%	% % 41,6	57,70%	64,10%	
		TOPLAM	1,60%	13%	10%	17,30%	8,30%	
	HAYIR YAYINLAR NESNEL DEĞİL/TARAFI YAYIN YAPIYOR	SAYI		4	6	6	2	18
		GÜVEN İÇİNDE %		22,20%	33,30%	33,30%	11%	
		EĞİTİM İÇİNDE %		4,20%	8,30%	6,60%	5,10%	
		TOPLAM		1,30%	2%	2%	0,60%	
	HAYIR YTV OLARAK YEREL KONU/SORUNLARDA İŞLEVSEL DEĞİL	SAYI		2	1	6	2	11
		GÜVEN İÇİNDE %		18,10%	9%	54,50%	18,10%	
EĞİTİM İÇİNDE %			2,20%	1,30%	6,60%	5,10%		
TOPLAM			0,60%	0,30%	2%	0,60%		
HAYIR YAYINLARI İNİNDİRİCİ DEĞİL	SAYI		1	2	1		4	
	GÜVEN İÇİNDE %		25%	50%	25%			
	EĞİTİM İÇİNDE %		1%	2,70%	1,10%			
	TOPLAM		0,30%	0,60%	0,30%			
HAYIR PROFESYONEL YAYINCILIK YAPMIYORLAR	SAYI		8	13	20	4	45	
	GÜVEN İÇİNDE %		17,70%	28,80%	44%	8,80%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		8,50%	18%	22,20%	10,20%		
	TOPLAM		2,60%	4,30%	6,60%	1,30%		
HAYIR ŞEHİR YÖNETİCİLERİ YTV'LERİ ETKİLEMELİ	SAYI		3	1	3		7	
	GÜVEN İÇİNDE %		42,80%	14,20%	42,80%			
	EĞİTİM İÇİNDE %		3,20%	1,30%	3,30%			
	TOPLAM		1%	0,30%	1%			
HAYIR GEVAPSIZ BİLMİYORUM	SAYI		37	19	2	6	64	
	GÜVEN İÇİNDE %		57,80%	29,60%	3,10%	9,30%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		39,30%	26,30%	2,20%	15,30%		
	TOPLAM		12,30%	6,30%	0,60%	2%		
TOPLAM	SAYI	5	90	72	90	39	300	
	GÜVEN İÇİNDE %	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		
	EĞİTİM İÇİNDE %	100%	100%	100%	100%	100%		
	TOPLAM	1,60%	31,30%	24%	30%	13%		

Anketimize katılanların yarısından fazlası (180) Kanal 25 TV'nin yayınlarıyla kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünmektedir. (Tablo 22)

Tablo 22. Hemşerilik Bağları

	SAYI	YÜZDE(%)	
KANAL 25 TV'NİN YAYINLARIYLA KENT KÜLTÜRÜ ÜZERİNDE ETKİLİ OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORMUSUNUZ?	EVET	180	60%
	HAYIR	73	24,30%
	FIKRİM YOK	47	15,60%
TOPLAM	300	100%	

Erzurum'da yayın yapan Kanal 25 TV'nin yayın sebebi olarak öncelikli olarak Erzurum ve Erzurum halkına hizmet olarak ön plana çıkarken, bunu cinsiyet açısından ele aldığımızda kadınların yüzde 25'i, erkeklerin ise yüzde 24'nün bu görüşte olduğu görülmektedir. (Tablo 23a)

Tablo 23a Yerel TV'nin Yayın Sebebi ve Cinsiyet İlişkisi

			CİNSİYET		TOPLAM
			KADIN	ERKEK	
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	ERZURUM VE ERZURUM HALKINA HİZMET İÇİN	SAYI	28	46	74
		CİNSİYET İÇİNDE %	25,40%	24,20%	
	TOPLUMA YARRALI OLMAK İÇİN	SAYI	7	15	22
		CİNSİYET İÇİNDE %	6,30%	7,80%	
	İNSANLARI ÇEŞİTLİ KONULARDA DAHA DUYARLI HALE GETİRMEK İÇİN	SAYI	4	6	10
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%	3,10%	
	HABER/BİLGİ VERMEK İÇİN	SAYI	12	17	29
		CİNSİYET İÇİNDE %	10,90%	8,90%	
	KENDİLERİNE NÜFUZ/MENFAAT SAĞLAMAK İÇİN	SAYI	3	18	21
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	16,3	
	PARA KAZANMAK İÇİN	SAYI	22	44	66
		CİNSİYET İÇİNDE %	20%	40%	
	HEPSİ	SAYI	24	33	57
		CİNSİYET İÇİNDE %	21,80%	17,30%	
	KENDİLERİNİ EĞLENDİRMEK İÇİN	SAYI	2	1	3
		CİNSİYET İÇİNDE %	1,80%	0,50%	
	ERZURUM'DA YEREL TELEVİZYON OLSUN DİYE	SAYI	4	3	11
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%	1,50%	
		SAYI	4	7	17
	FİKRİM YOK	CİNSİYET İÇİNDE %	3,60%	3,60%	
TOPLAM		SAYI	110	190	300
		CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Yerel televizyonun yayınlarının ikinci derecede önemli nedeni olarak ise hem kadınlar hem de erkek izleyicilere göre “para kazanmak” olarak görülüyor. Yaygın medyaya oranla para kazanma imkanları daha kısıtlı olmasına rağmen izleyicilerin bu yöndeki değerlendirmeleri dikkat çekicidir. Günümüzde kitle iletişim yayınlarında büyük meblağlarda para kazanıldığının bilinmesi halkın bu yönde düşünmesinde etkili olduğu kanısındayız. (Tablo 23b)

Tablo 23b Yerel TV'nin Yayınlarının İkinci Derecede Sebebi ve Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET		TOPLAM	
		KADIN	ERKEK		
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	TOPLUMA YARRALI OLMAK İÇİN	SAYI	11	17	28
		CİNSİYET İÇİNDE %	10,60%	10%	
	İNSANLARI ÇEŞİTLİ KONULARDA ADAHA DUYARLI HALE GETİRMEK İÇİN	SAYI	3	5	8
		CİNSİYET İÇİNDE %	2,90%	2,90%	
	HABER/BİLGİ VERMEK İÇİN	SAYI	9	19	28
		CİNSİYET İÇİNDE %	8,70%	11,10%	
	KENDİLERİNE NÜFUZ/MENFAAT SAĞLAMAK İÇİN	SAYI	21	35	56
		CİNSİYET İÇİNDE %	20,30%	20,50%	
	PARA KAZNMAK İÇİN	SAYI	33	43	76
		CİNSİYET İÇİNDE %	32%	25,20%	
	İNSANLARI EĞLENDİRMEK İÇİN	SAYI	4	7	11
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,80%	4,10%	
	SİYASAL PROPAGANDA İÇİN	SAYI	1	3	4
		CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,70%	
	ŞEHRİN TANITIMINI/GELİŞİMİNİ SAĞLAMAK İÇİN	SAYI	4	6	10
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,80%	3,50%	
	BAZI KİŞİLERİ KORUYUP BAZILARINI KARALAMAK İÇİN	SAYI		3	3
		CİNSİYET İÇİNDE %		1,70%	
	YEREL TELEVİZYON HİZMET YAPMIYOR	SAYI	17	32	49
		CİNSİYET İÇİNDE %	16,50%	18,80%	
TOPLAM		SAYI	103	170	273
		CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%	

Erkek ve kadın izleyicilerin üçüncü dereceli olarak yerel televizyonun yayın gerekçesinin yine “para kazanmak” olduğu görülüyor. (Tablo 23 c)

Tablo 23c Yerel TV7inin Üçüncü Derece Yayın Sebebi Cinsiyet İlişkisi

		CİNSİYET		TOPLAM	
		KADIN	ERKEK		
YEREL TV KANALLARI SİZCE NE İÇİN YAYIN YAPIYOR?	İNSANLARI ÇEŞİTLİ KONULARDA ADAHA DUYARLI HALE GETİRMEK İÇİN	SAYI	1	4	5
		CİNSİYET İÇİNDE %	3,70%	6,40%	
	HABER/BİLGİ VERMEK İÇİN	SAYI	4	9	13
		CİNSİYET İÇİNDE %	14,80%	14,50%	
	KENDİLERİNE NÜFUZ/MENFAAT SAĞLAMAK İÇİN	SAYI		12	12
		CİNSİYET İÇİNDE %		18,70%	
	PARA KAZANMAK İÇİN	SAYI	14	23	37
		CİNSİYET İÇİNDE %	51,80%	35,90%	
	İNSANLARI EĞLENDİRMEK İÇİN	SAYI			
		CİNSİYET İÇİNDE %			
	SİYASAL PROPAGANDA İÇİN	SAYI		3	3
		CİNSİYET İÇİNDE %		4,60%	
	ŞEHRİN TANITIMINI/GELİŞİMİNİ SAĞLAMAK İÇİN	SAYI	5	9	15
		CİNSİYET İÇİNDE %	18,50%	9,60%	
	KENDİLERİN EĞLENDİRMEK İÇİN	SAYI	3	2	5
		CİNSİYET İÇİNDE %	11,10%	3,20%	
TOPLAM	SAYI	27	62	89	
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		

Eğitim gruplarının her birine bakıldığında yerel televizyon yayınlarının beklentiyi karşılayamadığı açıkça görülmektedir. (Tablo 24)

Tablo 24. Beklentileri Karşılama Eğitim İlişkisi

	YEREL TV' TÜR VE İÇERİK AÇISINDAN BEKLENTİ KARŞILIYORMU?		TOPLAM
	EVET	HAYIR	
OKURYAZAR	3	2	5
İLKOKUL	31	63	94
ORTAOKUL	33	39	72
LİSE	40	50	90
ÜNİVERSİTE/+	4	35	39
TOPLAM	111	189	300

Eğitim durumu açısından ele alındığında yerel televizyonun beklentileri karşılayamamasının en önemli gerekçesi olarak üniversite mezunlarına göre profesyonel olmadıkları, lise mezunlarına göre nitelikli eleman bakımından yetersiz olması, ortaokul mezunlarına göre ise program türlerinin içerik bakımından zayıf olması görüşü ön plana çıkıyor. (Tablo 25)

Tablo 25. Beklentileri Karşılama Eğitim İlişkisi

		EĞİTİM DURUMU					TOPLAM
		OKURYAZAR	İLKOKUL	ORTAOKUL	LİSE	ÜNİVER.	
YEREL TV KANALLARINDAKİ PROGRAMLAR İÇERİK VE TÜR AÇISINDAN BEKLENTİLERİNİZİ KARŞILIYORMU?	SAYI	3	31	33	40	4	111
	BEKLENTİ İÇİNDE%	27,20%	% 27,9	29,70%	36%	3,60%	
	EĞİTİM İÇİNDE %	60%	32,90%	43%	44%	10,20%	
	TOPLAMDA	1%	10,30%	11%	13%	1,30%	
HAYIR NİTELİKLİ ELEMAN BAKIMINDAN YETERSİZ	SAYI		15	9	11	5	40
	BEKLENTİ İÇİNDE%		37,50%	22,50%	27,50%	12,50%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		15,90%	12,50%	10%	12,80%	
	TOPLAMDA		5%	3%	4%	1,60%	
HAYIR PROFESYONEL DEĞİLLER	SAYI		9	5	6	16	36
	BEKLENTİ İÇİNDE%		25%	13,80%	16,60%	44,40%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		9,50%	6,90%	6,60%	41%	
	TOPLAMDA		3%	1,60%	2%	5,30%	
HAYIR YANLI/TARAFLI YAYIN YAPILIYOR	SAYI		7	3	11	1	22
	BEKLENTİ İÇİNDE%		31,80%	13,60%	50%	4,50%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		7,40%	4,10%	12,20%	2,50%	
	TOPLAMDA		2,30%	1%	3,60%	0,30%	
HAYIR PROGRAM İÇERİKLERİ/TÜRLERİ ZAYIF	SAYI		25	14	13	8	60
	BEKLENTİ İÇİNDE%		41,60%	23,30%	21,60%	13,30%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		26,50%	19,40%	14,40%	20,50%	
	TOPLAMDA		8,30%	4,60%	4,30%	2,60%	
HAYIR EKONOMİK YETERSİZLİKLER YAYINLARA YANSIYOR	SAYI		4	7	4	5	20
	BEKLENTİ İÇİNDE%		20%	35%	20%	25%	
	EĞİTİM İÇİNDE %		4,20%	9,70%	4,40%	12,80%	
	TOPLAMDA		1,30%	2,30%	1,30%	1,60%	
HAYIR YEREL TV OLARAK İŞLEVLERİNİ YERİNE GETİREMİYOR	SAYI		1	1	2		4
	BEKLENTİ İÇİNDE%		25%	25%	50%		
	EĞİTİM İÇİNDE %		1%	1,30%	2,20%		
	TOPLAMDA		0,30%	0,30%	0,60%		
HAYIR CEVAPSİZ	SAYI	2	2		3		7
	BEKLENTİ İÇİNDE%	28,50%	28,50%		42,90%		
	EĞİTİM İÇİNDE %	40%	2,10%		3,30%		
	TOPLAMDA	0,60%	0,60%		1%		
TOPLAM	SAYI	5	94	72	90	39	300
	BEKLENTİ İÇİNDE%	1,60%	31,30%	24%	30%	13%	
	EĞİTİM İÇİNDE %	100%	100%	100%	100%	100%	
	TOPLAMDA	1,60%	31,30%	24%	30%	13%	

Yerel televizyon kanalının beklentileri karşılamasını cinsiyet bağlamında incelediğimizde erkeklerin yüzde 35'i, kadınların ise yüzde 39'u beklentileri karşıladığı yönünde görüş belirtirken, kadınların ve erkeklerin beklentileri karşılayamamasının gerekçesi olarak program içerikleri ve türlerinin zayıf olduğu görüşünde birleştikleri anlaşılıyor. (Tablo 26)

Tablo 26. Beklentileri Karşılama Cinsiyet İlişkisi

			CİNSİYET		
			KADIN	ERKEK	TOPLAM
YEREL KANALLARINDAKİ PROGRAMLAR İÇERİK VE TÜR AÇISINDAN BEKLENTİLERİNİZİ KARŞILOYORMU?	EVET	SAYI	44	67	111
		BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	39,60%	60,40%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	40%	35,20%	
		TOPLAMDA %	14,60%	22,30%	
	HAYIR NİTELİKLİ ELEMAN BAKIMINDAN YETERSİZ	SAYI	15	25	40
		BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	37,50%	62,50%	
		CİNSİYET İÇİNDE %	13,60%	25%	
		TOPLAMDA %	5%	8,30%	
	HAYIR PROFESYONEL DEĞİLLER	SAYI	15	21	36
		BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	42,60%	58,40%	
CİNSİYET İÇİNDE %		13,60%	11%		
TOPLAMDA %		5%	7%		
HAYIR YANLI/TARAF LI YAYIN YAPILIYOR	SAYI	7	15	22	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	31,80%	68,20%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	6,30%	7,90%		
	TOPLAMDA %	2,30%	5%		
HAYIR PROGRAM İÇERİKLERİ VE TÜRLERİ ZAYIF	SAYI	17	27	60	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	28,30%	45%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	15,40%	14,20%		
	TOPLAMDA %	5,60%	9%		
HAYIR EKONOMİK YETERSİZLİKLER YAYINLARA YANSIYOR	SAYI	8	12	20	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	40%	60%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	7,20%	6,30%		
	TOPLAMDA %	2,60%	4%		
HAYIR, YEREL TELEVİZYON OLARAK İŞLEVLERİNİ YERİNE GETİREMİYOR	SAYI	1	3	4	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	25%	75%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	0,90%	1,50%		
	TOPLAMDA %	0,30%	1%		
HAYIR CEVAPSİZ	SAYI	3	4	7	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	42,80%	57,20%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	2,70%	2,10%		
	TOPLAMDA %	1%	1,30%		
TOPLAM	SAYI	110	190	300	
	BEKLENTİ KARŞILAMA İÇİNDE%	36,60%	63,40%		
	CİNSİYET İÇİNDE %	100%	100%		
	TOPLAMDA %	36,60%	63,40%		

SONUÇ

Demokratik rejimlerde dördüncü kuvvet olarak kabul edilen medya, hükümetleri ve yönetimleri denetlemeyi görev olarak üstlenmişlerdir: Radyo ve televizyon kanalları bir ülkeyi yöneten tüm yöneticilerin görevlerini tam olarak yerine getirebilmeleri için yol gösterici yada hata yapmalarında caydırıcı birer mekanizma haline gelmişlerdir.

Yanlışların, eksikliklerin düzeltilmesinde radyo ve TV kanallarının çok büyük katkıları olmaktadır. Bütün bunların yanı sıra halkın sorunlarının belediyelere, valiliklere, emniyet müdürlüklerine taşınmasında, bu sorunların çözümünün takibinde yerel radyo ve televizyon kanallarının son derece büyük önemi vardır.

Demokratikleşme çabası içerisinde Türkiye gibi yerel radyo ve televizyonların bu denli olmasına rağmen, bu çalışmamızda tespit edilen bulgular yerel radyo televizyon kanallarının arzu edilen durumda olmadıkları ve yayın hayatında kalabilmenin mücadelesi içinde oldukları görülmüştür.

Kalifiyeli eleman ve alt yapı yetersizliği, idari ve yasal boşluklar gibi sorunları bulunan Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki televizyon kanallarının en önemli problemi ise ekonomik dar boğaz içindedirler. Türkiye'deki bütün yerel televizyon kanallarında bu sıkıntı yaşanmaktadır, ancak Doğu Anadolu Bölgesi'nde yayın yapan televizyon kanallarının bu anlamda daha sıkıntı içerisinde olduğu kanısındayız. Bunun başta birçok nedeni bulunmaktadır. Ekonomik gelişmişlik düzeyi bakımından Türkiye'nin Doğu ile Batı arasında çok büyük dengesizlik bulunduğu herkesin malumudur. Bu durum bölgedeki televizyon istasyonlarının en büyük dezavantajıdır. Bölgenin temel geçim kaynağı, hala ilkel yöntemlerle yapılan ve modern çağa uydurmakta güçlük çeken ve küçük işletmelerin elinde bulunan tarım ve havyacılık sektörüne dayalıdır. Dolayısıyla televizyon yayınlarını besleyecek reklam potansiyeli çok düşüktür. Oysa reklam gelirleri televizyon yayıncılığı için hayat damarıdır. Bu nedenle televizyon işletmecileri profesyonellikten uzak, maliyeti düşük ve

kalifiyeli elamanların yapabileceği, beceri ve fazla teknik donanım gerektirmeyen bir yayıncılığa yönelmek zorunda kalmışlardır.

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yerel televizyon kanallarının böyle bir sıkıntı içerisinde olması, etkinliklerini zayıflatmaktadır. Sonuç olarak diyebiliriz ki gelişmiş ülkelerde daha önce de değindiğimiz gibi yerel halkların sesi, gözü ve kulağı olma fonksiyonunu tam anlamıyla yerine getirememektedir.

KAYNAKÇA

- Alankuş Sevda**, “Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya”, www.bianet.org., 7.4.2001.
- Adaklı Gülseren**, Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol, İmge Kitapevi, İstanbul, 2001.
- Akın Bahadır**, 2000 Yılına Doğru Bilgi Toplumu Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Bilgi Ekonomisinin Özellikleri, Verimlilik Dergisi, MPM Yayınları, Ankara, 1999.
- Aziz Aysel**, Televizyon ve Radyo: Türkiye, Ana Yıllık, 1994.
- Radyo ve Televizyon, Yasal Düzenlemeler, AÜ İletişim Fakültesi Basın Yayın Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları, N.1. Ankara, 1995.
- Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı (1968-1998), TRT Yayını, Ankara, 1999.
- Televizyon ve Radyo Yayıncılığı, Turhan Kitapevi, Ankara, 2006.
- Bay Nurettin**, Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, NKM, İstanbul, 2007.
- Bilgili Can**, Medya’da Olmayanlar, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.
- Bumin Kürşat**, Demokrasi Arayışında Kent, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul, 1996.
- Burhan Sinan**, “Yerel Televizyonlar ve Demokrasi”, Ankara, 2002.
- Cankaya Özden.**, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Beta Yayınlar, İstanbul, 1997.
- Cemal Ahmet.**, Eğitim Temeli Açısından İletişim, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri Yayınları, İstanbul, 1996.
- Demirkent Nezih.**, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 18, Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul, 2000.
- Edward Hearman**, The Myth of the Liberal Media: An Edward Herman Reader, Peter Lang, NewYork, 1999.
- Franklin Bob**, Making the Local News: Local Journalism Context, Routledge, London, 1998.
- Fitzoy Dearborn**, “Local Television”, Encyclopedia of Television, ed. Horace Newcomb, Volume 2, DL, 2004.
- Jakubowicz Karol.**, “Media in Transition: The Case of Poland”, ed. Monroe E. Price,

Beata Rozumilowicz , Stefaan G. Verhulst, *Media Reform: Democratizing the Media, Democratizing the State*, Routledge, London, 2002.

Kandemir Ceyhan., *Türkiye’de Yerel Televizyon Yayıncılığı*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 14, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2006.

Keane John, *Medya ve Demokrasi*, çev. Haluk Sahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1991.

Hopkins Markh, *Mass Media In Soviet Union*, New York, 1970.

Howkins John, *The Media in China*, EBI, June, 1980.

Orlasky Dora., “Decentralization Politics and Policies”, ed: Stuart S. Nagel, *Critical Issues in Cross-National Public Administration: Privatization, Democratization, Decentralization*, QuorumBooks, Westport, CT, 2000.

Ozan Rengin., *Yerel Televizyon Derken*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 16, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2003.

Owen V. JohsonJ, “The Media and Democracy in Eastern Europe”, ed. Patrick H. O’Neil & Lynne Rienner, *Communicating Democracy: The Media and Political Transitions*, Boulder, CO. 1998.

Öktem Niyazi, *İletişim Çağı ve Özellikleri*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1996.

Özgen Murat, *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi ve Yasal Çerçevesi*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Cilt 17, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2003.

Patrica Holland, *The Television Handbook*, Routledge, London, 2000.

Pavlik John, “Citizen Access, Involvement and Freedom at Expression in an Electronic Environment”, ed. John V. Pavlik, Frederick Williams, *The People's Right to Know: Media, Democracy, and the Information Highway*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ. 1994.

Postman Neil, *Televizyon Öldüren Eğlence*, Çeviri: Osman Akınay, Ayrıntı, İstanbul 1994.

Roman James, *Love, Light, and a Dream: Television’s Past, Present and Future*, Praeger, Westport, CT, 1998.

Keleş Ruşen, “Yerel Yönetimler Ankara”, 1983.

-----, Fehmi Yavuz, *Yerel Yönetimler*, Ankara, 1983.

Serim Ömer, *Türk Televizyon Tarihi*, Epsilon, İstanbul, 2007.

Sarmaşık Jale, Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni, İstanbul, 2000.

Söylemez Ahmet, Medya Ekonomis ve Türkiye Örneği, Haberal Eğitim Varkfi, Ankara 1998.

Stuart Hall, ”Yerel ve Küresel: Küresellesme ve Etniklik”, çev. S.Hakan Tuncel,der. Anthony King,Kültür, Küresellesme ve Dünya Sistemi, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999.

Tekeli Vural, Bizde TV Böyle Başladı, TV'de 7 Gün Mecmuası

Tekinalp Şermin, Elektronik Kitle İletişim ve Değişim, Beta Yayınları, Ankara 1990.

Uyguç Ünal, Radyo Televizyon Haberciliği, Avcıol-Basın Yayım, İstanbul, 1998.

Tokgöz Oya, ”Çağımızın Gazeteciliğini Özellikleri” Yıllık, İstanbul, 1973.

Vural Murat, Yerel Basının Kamusal Oluşum Sürecindeki İşlevi ve Yerel Basın Kamuoyu İlişkileri, Doktora Tezi, Eskişehir, 1997.

<http://www.jurnal.net/arastirma/araştırma-10.htm>

<http://www.rtuk.org.tr.kanun5.tv>

<http://155.223.1.158/edergi/yenid/s1/8.pdf>>

Elektronik Yüksek Mühendis İlhan Altaykan'ın notları

“Dünyada Yerel Medya Örnekleri” Nilüfer Timisi, www.bianet.org, 8.1.2001.

“Dünyada Alternatif Yayıncılık” Ersoy Soydan, <http://ilef.ankara.edu.tr>.

EK**İZLEYİCİ ANKET FORMU****BÖLÜM -1**

1- Kaç yaşındasınız?

.....

2-Mesleğiniz?

- a) İşçi
- b) Memur
- c) Esnaf / Zanaatkâr
- d) Ev kadını
- e) Emekli
- f) Öğretmen / Öğretim görevlisi
- g) Öğrenci
- h) İşsiz
- İ) Serbest meslek
- J) Diğer.....

3- Eğitim Durumunuz?

- a) Okuryazar değil
- b) Okuryazar
- c) İlköğretim
- d) Ortaokul
- e) Lise
- f) Üniversite

2. BÖLÜM

4- Düzenli olarak televizyon izliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

5- Bir günde televizyon izlemeye kaç saat ayırıyorsunuz?

- a) 1 saatten az

- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat
- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla

6- Hangi ulusal televizyon kanallarını seyrediyorsunuz?

- a) ATV
- b) Kanal D
- c) Kanal 7
- d) NTV
- e) Show TV
- f) Star
- g) STV
- h) TRT 1
 - i) Diğer.....
 - ii)

7- En sık izlediğiniz ulusal TV kanalını söyler misiniz?

.....

8- Televizyon'da izlemeyi tercih ettiğiniz program türleri nelerdir?

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Yarışma
- d) Sinema
- e) Çocuk programları
- f) Kadın programları
- g) Spor programları
- h) Tartışma / Sohbet programları
- i) Siyasal içerikli programlar
- j) Diğer.....

9- Televizyon yayınları size hangi yolla ulaşıyor?

- a) Ortak anten
- b) Kablolulu televizyon
- c) Digitürk
- d) Uydu/Çanak anten

BÖLÜM 3

10- Yerel Televizyon Kanalı takip ediyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

11- Erzurum'da hangi yerel televizyon kanalı yayın yapıyor?

.....

12- Her gün yerel televizyon izliyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

13- Günde ne kadar yerel televizyon izliyorsunuz?

- a) 1 saatten az
- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat
- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla

14- Erzurum'daki gelişmelerle ilgili bilgiyi nereden alıyorsunuz?

(ANKETÖR DİKKAT! 3 şık işaretlenecek)

- a) Yerel radyolardan
- b) Yerel televizyon kanalından
- c) Yerel gazetelerden
- d) Yerel içerikli internet sitelerinden
- e) Yerel dergilerden
- f) Ulusal gazete ve televizyon kanallarından
- g) Diğer.....

15- Yayın içeriği açısından hangi kitle iletişim aracını takip etmeyi tercih ediyorsunuz?

- a) Yerel radyolar
- b) Yerel televizyon
- c) Yerel gazeteler
- d) Yerel dergiler
- e) Yerel içerikli internet siteleri
- f) Diğer.....

16- Yerel televizyon kanallarında izlemeyi tercih ettiğiniz program türleri nelerdir?

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Ekonomi
- d) Eğitim
- e) Müzik
- f) Tartışma/sohbet programları
- g) Spor
- h) Diğer.....

17- Yerel televizyon kanallarında ulusal televizyon kanallarından farklı olarak hangi programları takip ediyorsunuz

- a) Dizi
- b) Haber
- c) Ekonomi
- d) Eğitim
- e) Müzik
- f) Tartışma/sohbet programları
- g) Spor
- h)Diğer.....

18) Yerel televizyon kanalı Kanal 25 TV'yi verilen ölçütlere göre nasıl buluyorsunuz?

Ölçüt/Değer	Zayıf	Orta	İyi	Çok iyi	Fikrim yok
Program türü/ Çeşidi					
Program içeriği					
Görsellik (Görüntü, ses, ışık, kostüm, dekor vs.)					

19- Yerel televizyon kanalı yayınlarının kent kültürü üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Fikrim yok

20) Yerel televizyon kanalında görmek istediğiniz ancak yayınlanmayan program türleri neylerdir?

- a) Yarışma programları
- b) Müzik programları
- c) Hukuk programları
- d) Sağlık programları

- e) Kitap tanıtım programları
- f) Bilgisayar/teknoloji programları
- g) Yeni ve alternatif mekânları tanıtan programlar
- h) Yerel içerikli programlar
- i) Çocuk
- j) Diğer.....

21- Yerel Televizyon Kanalı Kanal 25 TV'nin programlarının ve yayınlarının içeriğinin aşağıdaki veriler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

Veriler	Evet	Hayır	Fikrim Yok
İzleyici yönlendirmede			
Şehir yöneticileri üzerinde			
Şehrin ekonomik yaşamı üzerinde			
Şehrin kültür ve sanat yaşamı üzerinde			
Şehrin siyasetçileri üzerinde			
Şehrin spor takımları üzerinde			
Şehrin sorunları üzerinde			
Şehrin tanımı			
Güncel konular üzerinde			
İzleyicinin eğitiminde			

22- Yerel Televizyon Kanalı Kanal 25 TV'nin yayınlarına güven duyuyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır / Neden?.....

23- Yerel televizyon kanalı sizce ne için yayın yapıyor?

- a) Erzurum ve Erzurum halkına hizmet için
- b) Topluma yararlı olmak için
- c) Toplumun bazı konularda daha fazla duyarlı hale getirmek için
- d) Haber/ bilgi vermek için
- e) Kendilerine nüfuz sağlamak için
- f) Para kazanmak için
- g) Diğer.....

24- Kanal 25 TV yayınları içerik ve tür bakımından beklentilerinizi karşılıyor mu?

a) Evet

b) Hayır / Neden?

ÖZGEÇMİŞ

Kurbani Geyik 1982’de Erzurum’da doğdu. 1995 yılında Gazi Ahmet Muhtarpaşa İlköğretim Okulu’ndan, 1998’de Erzurum Lisesi’nden mezun oldu. Aynı yıl Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü’nü kazandı. Fakülteden mezun olduktan sonra, Anadolu Ajansı İzmit Büro Müdürlüğü’nde 9 ay muhabir olarak görev yaptı.

2003 yılında Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı’nı kazandı. 2004 yılından beri Anadolu Ajansı Erzurum Bölge Müdürlüğü’nde muhabir olarak görev yapmaktadır.