

BAŞYAZI

Radyolarda Patlama

Hıfzı Topuz

Uzun zamandan beri Türkiye'de bir radyo patlaması bekliyorduk. Batı Avrupa ülkelerinde yüzlerce binlerce radyo varken bizde radyo tekeli sürdürülemez diyorduk; şu son birkaç ay içinde yalnız İstanbul'da lokuz radyo yayına başladı.

Kamu sektörü bu işte yaya kaldı. Biz kamu sektöründen, belediyelerden, derneklerden bir takım girişimler bekliyorduk, onlar bir türlü davranamadılar. Oysa ilk girişimler belediyelerden gelmişti. Bakarköy belediyesi, İzmit belediyesi, Ankara belediyesi, İstanbul belediyesi başı çekenler arasındaydı. Bazı belediyeler radyoya yüz vermeden TV yayınlarına ve çanak antenlere özendiler. İLAD çerçevesi içinde Belediyelerde İletişim konulu bir panel düzenlemiş ve bellibaşlı bütün belediyeleri bu toplantıya çağırılmış. Bildirilerde radyoların önemini vurguluyorduk, belediyelerden hiçbir tepki gelmedi.

TÜRSAK çerçevesi içinde de iki panel düzenledik, kamusal yayıncılık işlerini konuştuk, pek aldran olmadı.

Biz kâr amacı gütmeyen özgür, özerk ve kamusal yayıncılığı savunuyorduk, herkes bu işi çok ağırdan aldı. Hele bir yasa değişsin, ondan sonra.. dediler. Ama özel sektör yasayı beklemeyen bu işe soyundu, aldı başını gidiyor. Özel radyo

devamı 14 ncü sayfada

Radyo, Toplum ve Demokrasi

Prof. Dr. Niyazi Öktem

Yakın bir gelecekte Anayasa değişikliği ve yasal düzenlemelerle serbest ve özgür iletişim düzenine geçileceği anlaşılmaktadır. Bu tür bir yapılaşma liberal felsefe ve devlet anlayışının doğal uzantısıdır.

Yeni düzenle birlikte özel televizyon ve radyo istasyonları çoğalacaktır. Finans güçlüğü ve rekabet olgusu televizyon istasyonlarını sınırlı kılarken, kolay ve ucuz kurulmaları nedeniyle radyo yayıncılığı çok daha yaygın olacaktır. Yerel, yöresel küçük radyo istasyonları pıtrak gibi çoğalacak ve radyo dinleme alışkanlığı yeniden artacaktır.

Aslında radyo dinleme alışkanlığı pek de kaybolmuş değildir. Trafik tıkanıklığı içinde bunalan sürücü elini hemen radyo tuşuna atar. Bir müzik, bir ezgi, bir şiir onu değişik boyutlara sürükler. Avukat yazıhanesinde, üniversite öğretim üyesinin bürosunda, işçinin tezgahında radyo sabahtan akşama kadar açıktır. Sabah kalktığımızda yaptığımız işlerin başında radyo düğmesine el atmak gelir.

Kanımızca radyo dinleme alışkanlığı eski gücünü belli oranda sürdürmekte, fakat iletişimciler bu işin önemini

görmek istememektedirler. Televizyonunun getirdiği büyük kâr onları radyodan uzaklaştırmıştır. Televizyon reklamları radyo kadar kârlı değildir. Oysa sabah-tan akşama kadar açık olan radyoda, reklam açısından bilinç altı etkileşimin çok daha önemli olduğu bilinmektedir.

İnsanoğlu yüzyıllar boyu realiteden kaçma psikozu içinde olmuştur. Masallar, mitoloji, söylenceler, uzay romanları, astrolojik realiteden kaçışın öyküleridir. Realiteden kaçış, irrasyonel açıklama şemalarına sarılış bir ölçüde manevi bir gereksinimdir. Zayıflıklarımızı, zavallılıklarımızı, küçüklüğümüzü bir türlü kabullenemeyiz. Bilinç altı farkına varsak da tam tersine dev kişilikler oluşturma çabası

devamı 14 ncü sayfada

İÇİNDEKİLER

Radyo Yazıları

- TRT'de 1974-75 Radyoculuk dönemi (sayfa 4-5)
- Radyo bir şehrin ağızıdır, kulağıdır (sayfa 6)
- Brecht ne diyordu? (Sayfa 6)
- Kar amacı gütmeyen radyolar (sayfa 7)
- Özel radyo yayınları (sayfa 8)
- Konuşmalardan seçmeler (sayfa 8)
- Üniversitelerde Radyoculuk eğitimi (sayfa 9)

İletişim Özgür Düşünceyi Kısıtlıyor

Günümüzde iletişim düzeyi toplumların uygarlığının bir göstergesi olarak kabul ediliyor. Böylece de iletişim teknolojisinin gelişimine ayak uydurmak artık toplumlar için vazgeçilmez bir ihtiyaç haline geliyor. Bu başdöndürücü hızla gelişen iletişim teknolojisine ayak uydurmak parasal açıdan toplumları ve tabii ki bireyleri güç duruma sokmaktadır. Ancak bu maliyeti yüksek ihtiyaç bilgi toplumunu yaşadığımız bugünlerde siyasal iktidarlar için varlıklarını devam ettirmekte en büyük araç haline gelmiştir.

İnsanlık modern demokratik düzene geçtikçe, çağdaş devlet anlayışı kabul gördükçe, en önemlisi de sürü psikolojisi ve ünmetçilikten bireyciliğe doğru yöneldikçe iletişim olgusunun da önem kazandığı ortaya çıkacaktır. Çünkü demokratik düzen ve birey birbirini tamamlayan kavramlardır. Demokratik bir ortamda karar verme mekanizmasında birey direk ya da dolaylı olarak etkili olabilmektedir. Ancak bu etkinliği sahip olduğu enformasyona bağlı olarak artmaktadır. Böylece iyi haber edinmiş bireylerin etkin olduğu demokrasilerde karar alma süreci hızlı ve doğru çalışır. Bütün bu mekanizmanın sağlıklı çalışması enformasyonun objektif ve dengeli şekilde topluma ulaşması ile olur. Bu da ancak günümüzde çok büyük bir hızla gelişen ve yüzyıla damgasını vuran kitle iletişim araçlarının yayımları ile gerçekleşir. Ancak bu durum günümüzde bazı sakıncaları da beraberinde getirmekte ve "Medya Demokrasisi" kavramını ortaya çıkarmaktadır.

Günümüzde iletişim araçları çok etkin bir güce sahiptir. İşte bu güç siyasal iktidarlar tarafından kontrol altına alınmak istenmiş bunda ilk dönemlerde başarılı olunmuşsa da demokratik düşüncenin hızla gelişip yayılmasıyla kitle iletişim araçları siyasal iktidarın tekelinden çıkma başlamıştır. Medya olarak adlandırılan bu araçlar insan-

ların bilgiye çok daha kolay ve hızlı ulaşmasını sağlamak için vardır. Ancak bu gelişmeler insanları belli fikirler çevresinde güdülemeye başlaması halinde yarardan çok zarar getirecektir. Burdan da iki temel tehlikeden bahsedebiliriz.

- Enformasyonun belli grupların tekelinde olması;

- İletişim kanallarını ellerinde bulduranların kendi çıkarları doğrultusunda toplumu yönlendirmeleri.

Bütün bu tehlikeler toplumun geleceğinin aslında küçük bir azınlığın eline terkedildiği korkusunu da insana ister istemez vermektedir. Ancak bütün bu korkulara rağmen Mc Luhan'ın evrensel köy imgesine inanmamak neredeyse olanaksızlaşmıştır.(1)

Asıl büyük tehlike de günümüzde insanların pasif, apati ve depolitize varlıklar haline gelmesindedir.

İletişimsel Demokrasi

1992 yılının ilk aylarındaki görüntülü iletişim aracındaki yeni yayıncı konukların katılımıyla başlayan çok seslilik (önceden Star I, şimdi Show TV, Tele ON gibi, sırada daha pek çoğu var.)

Sözlü iletişim araçlarında da yaşandı. Ve son birkaç ay içinde Radyo Tek, Genç Radyo, Kent FM, Metro FM, Süper FM, Enerji FM gibi yayıncılar işitsel iletişim

Şevket Sayılğan
Marmara İletişim
Fakültesi Arş. Gör.

alanındaki tekeli yasal düzenlemelerin yapılmasını beklemeden kırıp yayına başladılar. Bir yasa dışı durum söz konusu olmakla birlikte kanunların meşruluğunun kalmaması bu yasa dışı hareketin kamuoyu tarafından destek görmesine neden olmaktadır. Bu nedenle yasaların bir an önce toplumun ihtiyaçlarına göre düzenlenmesi gerekir. Bu yasalar ve Anayasal düzenlemeler yapılırken yukardaki tehlikeler de gözönünde bulundurulmalı ve siyasal demokrasinin yarın da iletişimsel demokrasi de sağlanmalıdır.

Sonuç

İletişimi hangi boyutta ele alırsak alalım, değişmeyen bir gerçekle karşı karşıya kalırız. Toplumun her üyesi bu iletişim sürecinde bir rol üstlenir. İnsanın yalnızca fizyolojik varlık olmaktan çıkıp toplumsal bir varlık haline gelmesini sağlayan süreç içinde onu etkileyen her toplumsallaşma aracı bir ya da birden çok iletişim aracına başvurur (2) İşte böylesine karmaşık bir iletişim sisteminde demokratikleşme sağlanmadıkça kişilerin bireyselleşmesi ve toplumuna sahip geleceği konusunda söz sahibi kişiler haline gelmesi söz konusu olamaz. Ancak bu demokratikleşmeyi de bize başkalarının vermesini beklememeliyiz, çünkü kolay yoldan elde edilenler kolay yoldan geri alınabilir. Özgür düşüncenin toplum yaşamına egemen olabilmesi için bize gösterilenle yetinmeyip bakmasını bilmeliyiz.

Dipnotlar:

- 1- Ahmet Oktay, "Medya ve Aydınlar" Milliyet Gazetesi, 1 Mayıs 1992
- 2- Lucien W Py, "Communication and Political Development", Princeton, Princeton University Press, 1963, s.48

Kamuoyu Araştırmalarını Basın Çarpıtıyor mu?

Kamuoyu araştırmaları ve basın ilişkilerinde, ülkemizde bazı çarpıklıklar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, basının, bu araştırmaları, ilgi çekicilik özelliği katmak amacıyla sansasyonel yorumlarla sunmasıdır.

Artık öyle bir hale gelmiştir ki, kamuoyu araştırmalarının amacı adeta birinci gelecek partiyi tam yüzdesiyle tutturmuş gibi bir yanlış anlayış ortaya çıkmıştır. Bu durum, kamuoyu araştırmacılarını da güç durumunda bırakmaktadır. Hatta seçim akşamı gerginliği, siyasal partiler kadar, neredeyse gazeteleri ve "kim kazanacak" endişesinde olan kamuoyu araştırma ortaklıklarını da kapsamaktadır. Burada başta basının düştüğü bazı hatalara değinelim:

Seçim dönemlerinde kamuoyu araştırmalarının ana amacı, seçim sonuçlarını önceden bildirmek değildir. Bu araştırmaların sonuçları, seçimlerden önce belli aralıklarla yayınlanmaya başlar ve ülkedeki seçmenlere, diğer insanların o dönemdeki siyasal eğilimleri hakkında bilgi verir, siyasal parti ve liderlerin başarı ya da başarısızlık grafiklerini çizer. Seçmenlerin eğilimleri ve partilerin paylaştıkları oy oranları, bu süre içinde belirli değişimler göstereceğinden bu sapmalar izlenerek, siyasal partilere ve özellikle de partilerin tanıtımını üstlenen reklam ajanslarına stratejik bilgiler verir. Büyük bir mitingin ya da televizyonda bir propaganda konuşmasının seçmenlerde, yarattığı etkinin günü gününe ölçülmesi sağlanır. Ancak verilerin, yalnızca araştırmanın yapıldığı zamana ait veriler olduğu ve seçim anına kadar seçmenin davranışını etkileyebilecek faktörlerle, belirtilen oranlardan sapmalar olabileceği unutulmaktadır.

Bu bağlamda, 1987 seçimlerinde, bir gazetecinin kamuoyu araştırma ortaklıkları için: "Bazı sonuçları bildiler; ama ancak son gün düzeltmeleriyle"(1) yorumu, bu konudaki yanlış anlamının bir örneğidir. Kaldı ki, seçmeni en çok etkileyen faktörün seçim öncesi TV'den yapılan propaganda konuşmaları olduğu bilinmektedir. (2) Dolayısıyla, seçim akşamı TV yayının etkisi, kararsız kitlenin tu-

tumu vb. etkenlerin tahminleri değiştirebileceği göz önünde tutulmalıdır. Buna göre de kamuoyu araştırmalarında, en son verilen sonuçların doğruya en yakın tahminler olması, son derece doğaldır.

Araştırmaların başarı düzeyinin ölçülmesi de bazen karmaşaya yol açabilmektedir. Kamuoyunda hakim olan yanlış görüş, en başarılı ortaklığın birinci partiyi tam bilen kurum olduğu yolundadır. Oysa ki alttaki partilere doğru inildiğinde oranlar küçüldüğünden, hata payları artmakta ve araştırmanın titizlikle gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği konusunda asıl fikir verecek olanın, alttaki partilerin oy oranları olduğu unutulmaktadır. Yerel anketlerde genel anketlere göre yanılma payı daha fazladır. Oy oranı daha fazla olan birinci partilerin tahmininde hata ihtimali daha düşük olmakla birlikte, sonuçlar ortalama % 3 hata payı taşıdıklarından, ilk partilerde bile seçim öncesi tahminlerle, seçim sonucunun virgülden sonraki ondalık rakamlara kadar aynı olması mümkün değildir. Bu tahminlerin tutması ancak" rastlantı olarak kabul edilmelidir.

Bir diğer önemli yanlış da, araştırma sonuçlarının yayınlanmasında hata payları içinde kalan anlamlı olmayan farklara rağmen basının, bunu bir sıralama şeklinde ve çoğunlukla da manşet atarak vermesidir. Oysa, araştırmalar ortalama % 3 hata

Sengül Altınay Özerkan
Marmara BYYO Öğr. Gör.

payı içinde yapıldığından ve bu +3 ya da -3 olabileceğinden sonuçların altı puanlık bir sapma payı içinde düşünülmesi gereklidir. Ancak bu konuda okuyucular bilgilendirilmemekte hatta hata payı oranları bazı yayın organlarında okuyucunun göremeyeceği kadar küçük puntolarla yazılmaktadır. Örneğin, 3 Ekim Perşembe tarihli **Milliyet** Gazetesi'nde ilk sayfada 84 puntuyla beş sütuna manşet olarak yazılmış bir başlık ve haberdan bir altı (3):

"DYP Düştü-SHP İkinci Konda'nın 30 Eylül tarihli anketine göre, sıralama değişti. DYP % 29'dan % 28'e gerilemesine rağmen birinciliğini sürdürürken, SHP oy oranını % 22'den % 24'e çıkararak ikinciliğe yükseldi.

Yukarıdaki haberde, sözü edilen rakamlar, hata payı içinde kaldığından yorumsuz olarak yalnızca çizelge şeklinde verilmesi gerekirdi.

Avrupa Kamuoyu ve Pazarlama Araştırmaları Derneği ESOMAR, 1948 yılında Hollanda'da kurulan ve şu anda dünyada ikibinsekiz yüzü aşkın üyesi bulunan uluslararası bir kuruluştur. En yüksek mesleki ve teknik standartta araştırma yapılmasını amaçlayan bu dernek, kamuoyu araştırmalarının uygulanması ve sonuçlarının yayınlanmasında, üye ülkelerin uyması gereken kurulları da belirlemektedir (4)

Bizim ülkemizde ise araştırmacılar için konan kurallar, medya için konmamıştır. Herhangi bir konuda yapılan bir araştırmanın sonuçları yazılı basında ve televizyonda hiç bir kurala tabi olmadan yayınlanabilmektedir. ESOMAR'ın uluslararası kurallarına göre ise, bir araştırmanın başında yayınlanması sırasında aşağıdaki

devamı 15 nci sayfada

TRT'de 1974-75 Radyoculuk devrimi nasıl gerçekleştirildi?

1974 - 75 yılları Türk radyoculuğunda önemli bir aşama sayılır. Biz o dönemde, radyoların yöneticisi olarak, toplumumuzdaki yaşam koşullarındaki değişikliklerin yayınların özünde ve biçiminde değişiklikleri gerektirdiğine inanıyorduk. Çağdaş toplumun henüz bilinçlenmemiş gereksinimlerini oluşturmayı yayıncılığın görevi saydık ve yayınları ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmesi doğrultusuna oturtmaya çalıştık. Radyoya ulaşan isteklerle çağdaş toplumun ve uygarlığın gerekleri arasında bir uyum sağlamaya yöneldik. Dinleyicilerden gelen tepkileri sürekli olarak izleyerek yayınları çağdaş radyoculuğun gerekleri ile bağdaştırdık.

TRT'nin halka yönelik bir kuruluş olduğunu ve halkın hizmetinde olması gerektiğini hiçbir zaman gözden uzak tutmadık, dinleyiciler bize "Halkın sorunlarını dile getiriyorsunuz. Halkın uyanmasında büyük katkınız oluyor. Çilekeş insanların yaşantısına radyoda yer veriyorsunuz. Halkın aydınlanmasına ve bilinçlenmesine yardımcı oluyorsunuz" dediler.

İlkelerle Yönetim:

1975 yayın programının hazırlanmasında "İlkelerle Yönetim" yöntemini uygulayarak programcılığa yeni bir biçimde yaklaştık. Herşeyden önce TRT'nin yasalarda ve yönetmeliğinde saptanan amaç ve ilkelerinin bir dökümünü yaptık, sonra da herbir ilkenin gerçekleştirilmesi için ne gibi yollara ve araçlara başvurulacağını araştırarak ilkeleri birer proje durumuna getirdik. Böylece herbir ilkenin gerçekleştirilmesi için neler yapıldığını izleme olanakları sağlandı.

1975 Yayın Programı İşlevsel yayıncılığa yönelikti. Yani, gerek radyolarda, gerek televizyonda herbir program bir işleve yöneltilmiş ve bunlardan topluma bir takım yararların sağlanması amaçlanmıştır.

İşlevsel yayıncılık sürekli haberliliği ve sürekli eğitimi gerektirdiği için de programda bu konuya önemli bir yer ayrılmıştı.

Uygulamalar:

1974-75 yıllarında getirdiğimiz başlıca yenilikler şunlar oldu:

- Yayınların yeni bir anlayışla yeni baştan düzenlenmesi,
- TRT I diye adlandırılan ve genelde kuşak programlarından oluşan bir şebeke yayınının başlatılması;
- TRT II diye adlandırılan bir

eğitim ve kültür yayınının oluşturulması;

- TRT III diye adlandırılan bir kaliteli müzik yayınının düzenlenmesi;

- 24 saat sürekli yayın: gece yarısından sabah 5'e kadar Gece yarısı kuşağı;

- Kuşak programları: Sabahtan sabaha, Kadın dünyası vb.;

- Canlı yayın:

- Bölgesel Radyoculuğun geliştirilmesi;

- Bol, ayrıntılı ve sürekli haber ve tartışma programları;

- Saat başı kısa haberler;

- Dinleyici ile doğrudan ilişki ve dialog kurulması;

- Toplam yayın süresinin bir yıl içinde 226 saatten 440 saate, eğitim yayınlarının 38 saatten 141 saate, kültür yayınlarının 6 saatten 34 saate, eğlence programlarının 1 saatten 8 buçuk saate çıkartılması.

Eski düzenden yeni düzene geçiş:

1974 Eylül'üne kadar radyo yayınları Merkez, Bölge ve İl yayınları olarak yapıyordu. Yurt çapında yayınlanan programlar genelde Ankara, İstanbul ve İzmir radyolarında hazırlanıyor ve band olarak bölge ve il radyolarına gönderiliyordu. Aynı programlar sıra ile bütün radyolarda yayınlanıyordu Bölge radyolarının üretim gücü çok sınırlıydı. İl radyolarının ise program üretmeleri hiç söz konusu değildi.

Programlar hep tek düzeydi. Yayıncılık yabancı ülkelerdeki gelişmelere hiç ayak uydurmuş değildi. Programlarda bir canlılık, bir dinamizm yoktu. Radyo günün koşullarına göre bir esneklik kazanamamıştı.

Hızlı Topuz

İstanbul'da yaşayanlar İstanbul radyosundan kendi zevklerine göre seçtikleri saz eserleri ve şarkı programlarını, ya da türkülerini dinliyorlar, beğenmedikleri türde iki program aynı saatlerde iki radyodan birden yayınlanınca da radyolarını kapatıyorlardı.

Ortak Yayın:

Ankara ve İstanbul'da 1200 kw'lık yeni istasyonlar hizmete girince bu radyoların yayın alanı genişledi ve güçlü vericilerle daha geniş bölgelere yayın olanağı elde edildi. Böylece Şebeke Yayını ya da Ortak Yayın denen düzene geçiliyordu. Güçlü bir merkezden yayınlanan bazı programları bölge ve il radyoları arasında kendi bölgelerinde yayınlama gücüne kavuşmuşlardı. Haberler ve Günaydın programı zaten bu biçimde yayınlanıyordu. Gerek TRT I, gerek TRT II ortak yayın olarak ele alındı.

Ortak yayının günlük süresi içinde "Bölgesel Yayın" yapılacağı zaman radyolar ortak yayından ayrılarak özel programlarını ve bölgesel reklamları yayınlıyorlar, sonra yine ortak yayına katılıyorlardı.

TRT I yayını işte bu teknik koşullar altında ele alındı. Programlar genelde Kuşak Programı dediğimiz türlerden oluşuyordu.

Kuşak Programları:

Bunları 1-2 saatlik karma programlar biçiminde düzenledik. En önemlileri Sabahtan Sabaha ile Kadın Dünyası idi. Bunları Öğle Üzeri, Cumartesi Şenliği, Pazardan Pazara, Akşama Doğru, Eve Dönerken ve Gece Yarısı programları izledi.

Önce bu programlarda neler aradığımızı saptadık. Programlar hem eğlendirici, hem öğretici olacaktı. Programlarda hem alaturkaya ve halk müziğine, hem de Batı müziğine yer verilecekti. Yayınlarda çeşitli konularda röportajlar ve dinleyicilerle konuşmalar yer alacaktı. Dinleyicilerin soruları yetkili kişilere aktarılacak ve onların yanıtları da yayınlanacaktı. Böylece dinleyici ile bir dialog ve gerçek bir iletişim kurulmuş olacaktı.

Türkiye'de Radyoculuk Tarihi ... Türkiye'de Radyoculuk Tarihi ...

Herbir programın ilkelerini ve içeriğini saptadıktan sonra radyolarda çalışan prodüktörlerden örnek programlar istedik. Çeşitli örnekler iletildi, bunları dinleyerek içle-rinden seçmeler yaptık. Finale kalanlarla yeni denemelere giriştik. Sonunda da en başarılı prodük-törlere programların yöneticiliği verdik. Sabahtan Sabaha ve Kadın Dünyası gibi programların yöneti-cileri bu yolla seçildi.

Sabahtan Sabaha programı Bülent Özveren ile Batu İşmen'e bırakıldı. Bu arkadaşlar stüdyodan doğrudan yayına başladılar. Yani, program birkaç gün önceden banda alınarak denetimden geçirilmiyordu. Bunu yadırgayanlar oldu. Ama biz arkadaşlarımıza güveniyorduk. Programlar büyük bir canlılığa, içtenliğe ve sıcaklığa kavuştu ve Sabahtan Sabaha günün en büyük ilgiyle dinlenen programı oldu. Günde ortalama 70-80 mektubun gelmesi de bunun kanıtı sayılır.

Sabahtan Sabaha programı bir kuşak programıydı, şebeke yayını ile o saatlerde radyolar birbirine bağlanıyor ve TRT I bütün yurtta bu programı yayınlıyordu. Programda çeşitli röportajlara, güncel haberlere, değişik müziklere ve dinleyici isteklerine yer veriliyor, halkla doğrudan ilişki sağlanmış oluyordu. Dinleyiciler saat 8.30'da birden bire büyük bir canlılık içinde yayına giren Sabahtan Sabaha programı ile karşılaştılar. Alaturka tiryakileri bu programın içinde ister istemez Batı müziğine de alışmaya başladılar, karma ve çoğulcu bir zevk anlayışının oluşturulması amaç edinildi.

Kadın Dünyası:

Haftada üç gün yayına giren **Kadın Dünyası** da çok çarpıcı bir nitelikteydi. İlk kez 5 Ağustos 1974'te yayımlanan bu programın yönetimi Filiz Ercan ve Günseli Akol'a bırakıldı. Geniş bir deneyimi olan bu eski spiker ve prodüktör arkadaşlarımız kendi alanlarında büyük başarı elde ettiler ve düzenledikleri programlara yıllar boyu el sürülmedi. 31 Mart 1980'e kadar 5 buçuk yıl sürdürüldü. Bu Dönem içinde 848 program ile 3000 röportaj yayımlandı. Yapımcılar bu süre içinde dinleyicilerden 48 bin mektup aldılar.

Kırsal radyoculuk ve Günaydın programı:

Kırsal kesime yönelik Günaydın programı günün ilk yayın programıydı. Bizim kuşak programlarına benzer bir esnekliği vardı. Sabah saat 6'dan 7.30'a kadar sürüyor ve kırsal kesimde ilgiyle izleniyordu. Biz bu programa bir canlılık kazandırmak için kırsal kesimde yaşayan insanlarla doğrudan

ilişki ve dialog kurmaya yöneldik.

Nüfusun büyük çoğunluğunun kırsal bölgelerde yaşadığı ülkelerde kırsal kesime yönelik radyo yayınları çok başarılı olmuştur. Kırsal radyoculuğun ilk deneyimleri 1941'de Kanada'da, sonra Fransa'da, İtalya'da, Japon-ya'da, Hindistan'da ve birçok Kara Afrika ülkesinde yapılmıştır.

Yayınlar köylerde bir yönetmenin başkanlığında toplu olarak dinleniyor, sonra yayında işlenen konularda tartışma açılıyor, yönetmen köylünün tepki ve dileklerini yayın merkezine yansıtıyor, oradaki prodüktörler bu dilekleri yetkili yöneticilere ileterek onların yanıtlarını alıyorlar ve ondan sonraki programda da yanıtlar yayınlıyordu.

Biz toplu dinleme ve tartışma yönteminin ilk deneyimini Ankara yakınlarında **Kasımağa** köyünde yaptık. Yanımıza üç halk ozanını alarak köye gittik, önce radyo programını, sonra da köylünün dileklerini dinledik, sazlar çalındı, türküler söylendi, tartışmalar açıldı. Bütün dileklerin özeti birkaç gün sonra Günaydın programında yayınladık. Yetkili kişilerin yanıtlarına da programda yer verdik. Bu çok başarılı bir deneydi. Kırsal kesimin sorunlarını yansıtan başarılı programlar hazırlandı.

Erzurum radyosunda Adnan Vanlı adındaki arkadaşımızın hazırladığı **Doğu'da Dokuz Köy** adlı dizi bunun en güzel örneği sayılır.

TRT II: Türkiye'de yayıncılığın kültür, eğitim, sanat ve haber alanlarında en güçlü atılımı olarak düşünüldü. Bu yayının amacı dar bir seçkinler azınlığına değil, her alanda bilgisini, görgüsünü ve kültürünü genişletmek isteyen topluluklara seslenerek yaygın bir kültür hizmeti sağlamaktı.

TRT II yurdun çeşitli köşelerinde kitap ve dergi okuma olanaklarını bulamayanlara sürekli bir kaynak olmaya yöneldi. Sosyal ve ekonomik eşitsizlikler yüzünden düzenli olarak okul eğitimi görmemiş olanların bilgi düzeyini yayıncılık yoluyla yükseltmek amaçlandı. Bilgi ve kültür düzeyi yükselen kişilerin topluma daha yararlı, daha yapıcı ve üretici olmaları düşünüldü. Sanat ve edebiyat sorunları radyo aracılığı ile kitlelere ulaştırılmak istiyorduk.

Dinleyicileri sıkımsamak için çeşitli yöntemler uygulandı, tartışmalar, açık oturumlar düzenlendi, belgesel programlar yayına sokuldu.

TRT II 1 Ocak 1975'te yayına

girdi. Sabah saat 8'den gece 24'00 kadar 16 saatlik bir programla yayına başladı. TRT II o zaman nüfusun % 80'ine ulaşabilecekti.

TRT III: Batı müziğinin çeşitli türünden hoşlanan dinleyiciler için kaliteli bir yayın oluşturulması öteden beri söz konusu oluyordu. TRT III işte bu amaçla kuruldu ve 1 Ocak 1975'te yayına başladı.

TRT III'ün müzik kalitesi çok iyi olan FM - UKW kanalından yayınlıyor ve bu yayınlarda ses dalgaları atmosferin parazitlerinden etkilenmedikleri için müzik programları çok net ve ayrıntılı olarak izlenebiliyordu.

TRT III'te her tür Batı müziğinin yanında Klasik Türk müziğinin ve Halk müziğinin en kaliteli örneklerine yer verildi.

TRT III Batı ülkelerinde "meloman" denen ve müzik anlayışı çok derinleşmiş olan dinleyicilere seslenmeye yöneldi

Bölgesel Yayıncılık:

1974 Eylül'üne kadar Türkiye'de bölgesel yayıncılık Ankara, İzmir ve İstanbul radyolarının hazırladıkları programların bölge radyolarında yayınlaması anlamına geliyordu. Bölge radyosu denen radyoların 1974'den önceki yıllarda yayımlara katkısı günde yaklaşık yarım sattı.

1 Eylül 1974'te TRT I kuruluş da şebeke yayını başlayınca bölge radyoları da ortak yayına katıldılar. Ama belirli saatlerde bu radyolar ortak yayın şebekesinden ayrılarak bölgesel yayın yapıyorlardı. Biz yarım saatlik bölgesel yayın süresini 3.5 saate çıkarttık. Bölge radyolarının bölgesel sorunların çözülmesinde, bölgesel kültür ve sanatın geliştirilmesinde rol oynayacaklarını düşündük. Gerçek bölge radyoculuğu 1974 Eylül'ünde başladı.

Sonuç:

Radyoculukta girilen 1974-75 hamleleri ne yazık ki uzun süre sürdürülemedi. Uyguladığımız programlar teker teker yayından kaldırıldı, bazılarının adları değiştirildi. Ama başlatılan işlerin hiç de boşa gittiği söylenemez, prodüktörler yeni yöntem, içerik ve biçimlerde çalışmaya alışmışlardı, o anlayışlarını başka koşullar altında sürdürdüler. Dinleyici de radyolarda artık başka şeyler arıyordu, 1974 öncesine dönülmedi ve herşeye karşın 1974-75 devrimi radyoculuk tarihinde bir aşama oldu.

Vâ - Nû 1930'da şöyle diyordu: Radyo bir şehrin ağızıdır, kulağıdır

Bizde ilk kurulan radyo İstanbul Radyosu, ilk başlarda büyük güçlüklerle karşılaştı, bir ara da kapandı. O dönemde Akşam gazetesinin köşe yazarı Vâ-Nû İstanbul Radyosunun kapanması üzerine 25 Ocak 1930'da yazdığı bir yazıda şöyle diyordu:

"İstanbul Radyosu kapandı. İşleri fena gitmiş. İdare edememişler.

İki karış boylu cüce bir alet olmasına bakmadan dünyanın her tarafından muntazam (yahut karışık) sesler avlayan ve kendi kendine söylenen radyonun, her yeni icat gibi, bir az garip, bir az komik tarafı vardı. Bu kocaman kulaklı bastıbacanın dirilik hali gibi ölümlü hali de, ilk önce-ister istemez- alay mevzuu teşkil etti. Hatta biz bile karikatürler yaptık, güldük, eğlendik.

Artık latife bertaraf!

İşin bir de ciddi ve feci tarafı var: Kapanan radyo, ardından "oh" denecek, ortaçağdan kalma bir medrese, bir tekke, bir şeriat mahkemesi değildir; onun ölümü karşısında hemşehrımız kaygısız kalamaz. Radyo bir şehrin ağızıdır, kulağıdır.

Fen tarihi, Yirminci Asrın ilk 25 yılını otomobil ve gramofon devresi diye isimlendirdikten sonra, ikinci 25 yılının tetkiklerine geçince Lindberg ve Zeppelin'le başlayan hava seyahatı mucizelerini görecektir, radyoculuğun ne hızlı bir tempo ile ilerlediğine tanık olacak ve yaşadığımız senelere Havacılık ve radyoculuk dönemi adını verecektir.

Hesaplar meydanda: İngiltere'de 1924'de ancak 30.000 aboneli olan radyo şimdi bunu 6 milyona çıkarmıştır. Japonya'da radyo bizimkinden bir sene sonra başladı. Bugün 50 bin radyo vardır. Amerika Birleşik Devletlerinde radyo sayısı 11 milyondur ve her sene bir buçuk milyon artıyor. Otomobilden sonra ikinciliği kazanan sanayi haline gelmiştir. Rusya'da köy evlerine kadar sokulmuştur. Bolşevikliğin en yaman propaganda vasıtasıdır. Bal-kanlarda, özellikle Sırbistan'da ve Romanya'da pek yeni olmasına

rağmen on binlerce dinleyici var. Her an artıyor. Bütün bu tafsilattan sonra, zavallı radyoculuğumuzun hazin ölüm haberi büsbütün yürekler paralar.

Halbuki istasyonumuzun epice muvaffakiyetleri de vardı: Bütün Avrupa'dan, İskandinavya'dan, Orta Asya'dan, Kuzey Afrika'nın her tarafından mükemmelen işitilirdi. Bir çok Avrupa istasyonları, mesala Moskova ve Budapeste bizim yayınlarımızı kendi istasyonlarına naklederek yayınlardı. Sürekli takdir mektupları alırdık, ki bu meyanda ünlü besteci Kalmann'dan da almıştık. Eserler hediye gelirdi. Bunlardan kütüphane dolmuştu.

Hasılı radyomuz iyi, istidatlı bir çocuktur. Fakat, heyhat! Ömrü vefa etmedi, merhum oldu. Öteki konuşan ve söyleyen şehirler yanında bugün İstanbulumuzun bir işiten dilsiz biçareden farkı yok!

Hükümetten olsun, halktan olsun, radyoyu diriltmelerini bekleriz. Bütün dünyada dev adımlarıyla ilerleyen bir müessesese bizde varan yok edilmemelidir."

Radyo ve karikatür

Otuzlu yıllarda gazetelerde radyo ile ilgili karikatürler yayınlamıyor ve radyo sık sık alay konusu oluyordu. Cemal Nadir Akşam gazetesinde çıkan bir karikatürünün altına şu yazıları yazmıştı:

- Haberin var mı? Defterdarlık Radyonun makinelerini haczetmiş
- Tevekkeli değil, zavallı her gece "Ah, of" diye bağıyor. (18 Ocak 1930)

Bunun gibi Cemal Nadir'in Akşam'da birçok karikatürü çıkmıştır.

Brecht Radyonun Onemini Anlamıştı

Ünlü tiyatro yazarı Bertolt Brecht radyonun toplum yaşamındaki yerini, önemini kavrayan ve vurgulayan ilk kişi olmuştu. Brecht 1932'de yazdığı "İletişim aracı olarak radyo" başlıklı yazısında kısaca şöyle diyor:

Bugün radyonun bir tek işlevi var, oysa iki işlevi olması gerekir. Radyo sadece bir dağıtım aracı olarak kullanılıyor, sadece iletiyor. İşte radyonun işlevini değiştirecek olumlu bir öneri: Radyoyu dağıtım aracı olmaktan çıkartıp iletişim aracı yapmak gerekir.

Radyo toplum yaşamında düşünülebilecek en muazzam iletişim aracıdır, en güçlü haber dolaşımı aracıdır. Daha doğrusu en güçlü haber dolaşımı aracı olabilir, eğer yalnız haber yayacağına insanları konuşturabilse, dinleyiciler arasında ilişki kurulmasını sağlayabilse. Kamusal tüm olaylara gerçekten kamusal bir karakter kazandırma yolunda radyonun çabaları olumlu olabilir.

Hükümetimizin de, Adliyesimizin de radyoya gereksinimi vardır. Hükümet ve Adliye radyonun etkinliğine karşı oldukları zaman radyodan korkuyorlar demektir. Çünkü her ikisi de geçmişin, radyonun bulunmasından önceki bir geçmişin kurumlardır.

Hükümet yaptığı çalışmalar konusunda ulusu sürekli olarak radyo ile aydınlatma zorunluluğundadır. Gerçekte radyonun görevi sadece haberleri iletmek değildir. Radyo haber toplamayı örgütlemeli, yönetilenlerin sorunlarını yöneticilere duyurmalı ve onların da yanıtlarını yayınlamalıdır. Radyo bilgi ve görüş alışverişini sağlamalıdır. Ekonomideki büyük sektörlerle tüketiciler arasında, ürünlerin kalitesi, ekmek fiatlarının yükselmesi, belediyeler arasındaki sorunlar üzerinde geniş tartışmalar açmalıdır.

Eğer bunları ütöpik sayacak olursanız kendi kendinize bu tür görüşlerin neden ütöpik olduğunu sorun.

Avrupa Parlamentosuna sunulan bir öneri "Kâr amacı gütmeyen bağımsız yayıncılık desteklenmeli"

Yayıncılık konusu Avrupa Parlamentosunda sık sık gündeme geliyor ve tartışılıyor. Parlamentoda Sosyalist gruba katılan, biri Alman, biri de Lüksemburg'lu iki üye birkaç ay önce Parlamento başkanlığına "Mediaların konsantrasyonu ve düşünce çoğulluğu" konulu bir rapor sunmuştu. Üyeler bu raporlarında iletişim alanında sınırsız ve denetimsiz konsantrasyonların iletişim hakkını ve gazetecilerin özgürlüğünü tehlikeye soktuğunu vurguladıktan sonra tekelleşmelerin önlenmesi için yalnız ulusal çapta önlemler alınmasının yetersiz olacağını belirterek Avrupa çapında önlemlerin alınmasını istiyorlardı.

Fayot (Lüksemburg) ve Schinzel (Almanya) adındaki bu Parlamento üyeleri özellikle sunuları öneriyorlardı:

- Bağımsız bir Avrupa Media'lar Konseyinin oluşturulması;
- Bir Avrupa Basın Kartı hazırlanması;

- İletişim alanında Avrupa çapında bir araştırma programı oluşturulması;

- gazeteci ve media yöneticilerinin işbirliğiyle bir Avrupa Media'lar Ahlak yasasının hazırlanması;

- Kâr amacı gütmeyen kurumlarla tecimsel ortaklıkların aynı potaya konmaması, küçük ve orta düzeydeki işletmelerle kâr amacı gütmeyen kurumlar için ayrı önlemler alınması ve tekelleşmelerin bu açılardan sınırlandırılması;

- Kâr amacı gütmeyen radyo kurumlarına özel tarifeler sağlanması;

- Avrupa'da kâr amacı gütmeyen görsel-işitsel araçları destekleyecek bir bildiri hazırlanması.

Özgür Avrupa Radyoları Federasyonu da Avrupa'da konsantrasyon ve tekelleşmeler tehlikesine karşı uzun süreden beri çeşitli yollara başvuruyordu. Federasyon iletişim alanındaki tekelleşmelere "Mediakrasi" demektedir.

Avrupa'da Bağımsız Media'lar toplantısı

Özgür Radyolar Avrupa Federasyonu Ukrayna'nın Oujgorod kentinde 19-24 Ekim 1992'de Avrupa Bağımsız Media'lar konulu bir kollokyum düzenliyor.

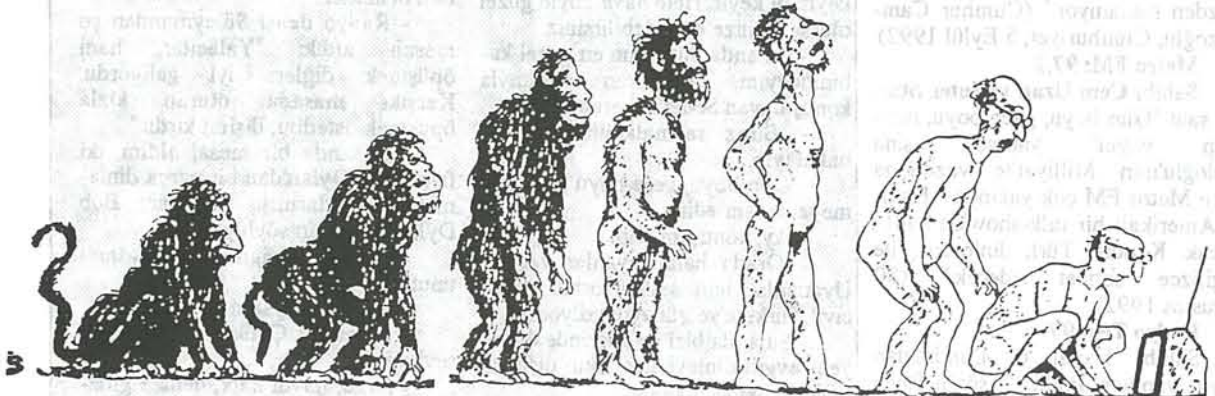
Toplantının gündeminde şunlar yer alıyor:

- Avrupa'da gazetecilik eğitimi,
- Üniversitelerde media'lar,
- İnsan hakları açısından kültürlerarası eğitim,
- Gençlerin kitle iletişim araçlarına ulaşmaları,
- Avrupa'da media'lar ve demokrasi,
- Üç sektörün tanınması: devlet sektörü, tecimsel sektör ve dernek sektörü,
- Kültürlerarası iletişim ve anlaşmazlıkların önlenmesi,
- Evrensel İletişim Düzeni, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri

BRT'nin açılışı 1993 Martına kaldı

Bir yıldan beri hazırlıkları yapılan İstanbul Belediye Radyo ve Televizyonunun açılışı alt yapıların tamamlanmamış olması nedeniyle 1993 Martına ertelendi.

BRT bir süre önce ilanla stajyer spiker-animatör-muhabir alma yoluna gitti. 200 aday bu iş için BRT'ye başvurmuştu. Yapılan elemelerde önce 45, sonra 25 aday finale kaldı ve bunlar için bir eğitim semineri düzenlendi.



(FERL Yayımları)

Özel Radyo FM yayınları geniş ilgi uyandırıyor

Son iki ay içinde 9 özel FM radyosu yayına başladı. Bunların izleyicileri gittikçe artıyor. Hiç radyo dinlemeyen insanlar bile boş zamanlarında bu yayınları izlemeye çalışıyorlar.

Bugün İstanbul'da yedi FM yayını izlenebiliyor. Ayrıca iki FM radyosu da deneme yayını yapıyor.

Sürekli izlenebilir FM radyoları şunlar:

Genç FM: 89,5

Türkuaz Holding'in kurduğu bu radyo Landra'dan 24 saat yayın yapıyor. Amerikan müziği ağırlıklı.

Sunucu **Dilara Egeli**, alışılmış kalıplara uymadan çok rahat konuşuyor. Haber ve reklamlara da yer veriliyor.

Süper FM: 90,8

Her çeşit Türkçe müzik ağırlıklı. Zaman zaman Arebesk bile çalınır. Program sunucusu **Harun Gencel**.

Inter Star'ın bünyesinde kurulan Süper FM Metro FM ile birlikte **Prime Holding'i** oluşturuyor.

Cumhuriyet gazetesinin yazdığına göre "Süper FM Almanya üzerinden uyuyla İstanbul'a yönelik yayın yapıyor. Ancak böyle bir yayının sadece uyuyla aktarılma masrafı saatte 50 bin dolar. Bu nedenle birçok özel radyo kanalı gibi Süper FM'in de İstanbul'dan yayın yaptığı ileri sürülüyor. Programların hazırlandığı stüdyoların yeri de bu yüzden saklanıyor." (Cumhur Cam-bazoğlu, Cumhuriyet, 5 Eylül 1992)

Metro FM: 97,2

Sahibi **Cem Uzan** ve Inter Star. 24 saat "Gün boyu, gece boyu, non-stop yayın" yapıyor. Sina Koloğlu'nun Milliyet'te yazdığına göre Metro FM çok yakında "Hakiki Amerikalı bir talk-show'cu kullanacak. Kendisi Türk dinleyicisi ile İngilizce sohbet edecek." (30 Ağustos 1992)

Radyo Tek: 99

Sahibi Kanal 6. Londra'dan yayın yapıyor. İngilizce sözlü Rock ve Pop müziği ağırlıklı. İngiltere'den bol magazin haberleri de veriyor.

Sunucu **Meltem** alışılmış biçimlere uymadan animasyon yapıyor. Anonslar Amerikan aksaniyle veriliyor.

Kent FM: 101

Sahibi **Mehmet Duru**. İstanbul'dan yayın yapıyor. Şimdilik Etiler ve Levent bölgesinden net alınabiliyor. Oya Ayman Büber'in Tempo'da yazdığına göre Kent FM "Anlam hatalarına düşmeden Türkçeyi melodik kullanmayı ilke ediniyor."

Radyoda çalışanlar arasında şu isimler yer alıyor: **Levent Ünsal, Nigar Bilgen, Boran Kaya, Arzu Çağlar, Esmehan Aykol.**

Enerji FM: 102

Sahibi **Vedat Yelkenci**. Anonslarda şöyle deniyor "İstanbul'un güç kaynağı Enerji FM, Dünya Standartlarına göre Türk Radyosu."

Sina Koloğlu Milliyet'te Enerji FM'in "Yıllarca Amerika'da kalmış Amerikan aksamı ile Türkçe konuşan müzisyen **Asım Can Gündüz**"ü an-gaje ettiğini yazıyor. (30 Ağustos 1992)

Enerji FM Nedim Saban adında, yıllarca yurt dışında kalmış bir kişiyi de yakında kadrosuna almış. Bu kişi de İngiliz aksaniyle konuşuyor.

Number One FM: 102,5

Sahibi **Karacan'lar**. Number One anonslarda "Türkiye'nin 1 numaralı Radyo istasyonu" olduğu öne sürülüyor ve "Farkı görün" deniyor.

Show FM: 88,7

Sahibi Show TV. Yerli ve yabancı müzik ağırlıklı.

Power FM: 100

Sahibi **Cem Hakko**. Deneme yayınları yapıyor.

Konuşmalardan seçmeler

- E.. Keyifler yerinde, değil mi? Yerinde olsun, yoksa tüzülürüm ben.

- Haftanın ilk gününde kendinizi nasıl hissediyorsunuz? Haydi canım, herkes işine sarılmış çalışıyor, boş verin.

- Eger köprü tıkalıysa stres yapmaya ne gerek var. Günün nasıl başladıysa öyle devam edin.

- Ben Meltem. Telefonlar uzun uzun çalmaya başladı. Yarın bi keyif, bi keyif. Hele hava böyle güzel olursa, denize de gidebilirsiniz.

- Şu anda dünyanın en güzel ka-bimindeyim. Amerikan aksaniyle konuşmayan Sedef'le beraberiz.

- Biraz saçmaladımsa kusura bakmayın.

- Gün boyu, gece boyu bizi izlemeye devam edin.

- Ay, konuşamadım.

- Orada halâ uyuyanlar var mı Uyananlar için sesleniyorum. Cıvı cıvı Türkiye'ye günaydın diyorum.

- Şu anda bizi işyerlerinde dinleyen sevgili dinleyiciler, sıkın dışınızı, paydosa iki saat kaldı.

- Bu güzelim Çarşamba gününde size mutluluklar diliyorum.

- İngilizce dersi: Bu program TRT ve Milli Eğitim Bakanlığının işbirliği olmadan hazırlandı.

- Haydi kırpdayın biraz, sizin için çalışıyoruz. Dans edin.

- Çok iyisin ağbi. Müthişsin. Muhteşemsin.

- Dinleyin, farkı görün.

- 24 saat evlere ve iş yerlerine servisimiz vardır.

Radyolarda okunan mesajlar-dan örnekler:

- Radyo delisi Süleymandan şu mesajı aldık: "Yalacılar, hani öpüşmek diğlere iyi geliyordu. Karşığı masada oturan kızla öpüşmek istedim, dişimi kardı."

- Şu anda bir mesaj aldım, iki fıstık Bob Dylan'dan bir parça dinlemek istiyorlarmış. Fıstıklar, Bob Dylan sizin için söylüyor.

- Mehmetciğim çikolatamı unutma.

- Şişko Fatoş seni çok seviyor.

- Nişanım Çelik, seni deli gibi seviyorum.

- Arzu, haydi kalk, denize gide-lim, var mısın?

Üniversitelerimizde Radyoculuk Eğitimi

Prof. Dr. Niyazi Öktem

Bilindiği gibi ülkemizde iletişimle ilgili eğitim Üniversitelerin bünyesi içinde Basın Yayın Yüksekokullarında yapılmaktaydı. Bu okullar 1992-1993 ders yılından itibaren İletişim Fakültesi adını almışlardır. Fakülte haline dönüşmeleri değişiklik getirmeyecektir. Her şeyden önce öğretim üyesi açısından iletişim alanından gelenlerin adedi çok azdır. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi dışında diğer 5 fakültede iletişim doktora yapılarak akademik hayata başlayıp doçent ya da profesörlük aşamasına gelen öğretim elemanı yoktur. Yardımcı doçentler içinde iletişim doktora yapanlar mevcuttur, ancak bunlarda arkeoloji iktisat, sosyoloji, hukuk, felsefe kökenlidir. Demek ki, sadece radyoculuk eğitimi değil, gazetecilik ve halkla ilişkiler açısından da radyoculuk eğitimi değil, gazetecilik ve halkla ilişkiler açısından da öğretim elemanı sorunu büyük önem taşımaktadır.

Öte yandan mevcut fakültelelere alınan öğrenci adedi de ihtiyacın çok üstündedir. Her yıl 800-900 öğrenci alınmakta ve 600 civarında mezun verilmektedir. Soruna radyoculuk açısından baktığımızda, özel radyo ve TV kuruluşlarının şu an TRT'den eleman aldıklarını bilmekteyiz. TRT'de de 12-13.000 insan çalıştırıldığı ve kızakta nitelikli elemanların bulunduğunu göz önünde bulundursak kuruluşların bunları istihdam etmelerinin daha akılcı bir tutum olduğu ortaya çıkar.

Mezun olan 600 öğrencinin 200'ü radyo-televizyon bölümünden gelmektedir. Her yıl şişkinliğin daha da artacağını söylemek kâ hanet olmaz. Kaldı ki bu bölümlerden mezun işsizlerin adedi de bir hayli yüksektir. Güçlü iletişim kuruluşlarının iktisat, hukuk ve diğer fakülte mezunlarını zaman zaman yeglediklerini de bilmekteyiz.

Demek ki, her şeyden önce ortada nitelik ve nicelik açısından önemli bir sorun mevcuttur. Karşılaştırma yapmak gerekirse Fransa'da bu alanda her yıl 300 kişi iş hayatına atılmaktadır. Bunların 1/3'nün radyo ve TV'ci olduğunu düşünürsek mezun adedi 100 demektir. Yüzlerce radyo istasyonunun olduğu, TV yayınlarının gün geçtikçe büyüdüğü Fransa'da bile 100 mezun yeterli olmaktadır.

Mevcut eğitim sistemi içinde İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Eskişehir Anadolu Üniversitesi içindeki İletişim Fakültelerinin üç bölümü vardır: Gazetecilik, Halkla İlişkiler-Tanıtım ve Radyo-Televizyon.

Yukarıda belirttiğimiz gibi karyerden gelen eleman olmadığı için eğitim özellikle radyo-TV bölümünde çeşitli yayın kuruluşlarından ve ağırlıklı olarak TRT'den gelen öğretim ve eğitimciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Özveriyle çalışan bu eğitim elemanlarının aldıkları ücretin benzin parasına dahi yetmediğini belirtmekte yarar görmekteyim. Kaldı ki bürokratik engeller nedeniyle üç kuruşluk ücreti zaman zaman bir kaç ay sonra alabilmektedirler.

Bu fakülteler içinde Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi'nin gelişmiş radyo stüdyoları mevcuttur. Burada öğrenciler uygulamalı çalışmalar yapabilmektedirler. Özellikle Anadolu Üniversitesinde yapılan çalışmalar ülke çapında öneme sahiptir. Bunun nedeni adı geçen Üniversitede gelişmiş stüdyoların bulunması, nitelikli öğretim elemanının varlığı ve öğrenci adedinin az olmasıdır.

İletişim Fakültelerindeki Radyo-TV Bölümlerinde diğer bölümlerde okutulan ortak kültür dersleri vardır. Bunlar Hukukun Temel Kavramları, İletişim Sosyolojisi, Genel Sosyoloji, İktisat, Uluslararası İlişkiler, Basın İşletmeciliği, Siyasal Düşünceler ve Rejimler gibi derslerdir. Uygulamalı derler ise Radyoda Program Yapımı, Habercilik, Spikerlik, Sinemacılık gibi konuları içermektedir. Diğer bölümlerle ortaklaşa okutulan uygulamalı dersler ise Haber Toplama ve Yazma, Daktilo ve Yazışma tekniği, Pazarlama ve Reklamcılık konularındadır.

İletişim Fakültesine geçiş

aşamasında YÖK düzeni içinde neler yapılabileceği kanımızca tartışma götürülebilir. Her şeyden önce Fakülteler arasında iletişimin olup olmadığını bilmemekteyiz. Dekanlık düzeyinde çalışmalar yapılmakta ve katılımcı bir ortam olmadığından öğretim üyeleri, araştırma görevlileri ve konuyla ilgili bilim adamlarının görüş ve düşüncelerine yer verilmemektedir.

Radyoculuk eğitimi açısından kanımızca büyük önem-taşıyan bir sorun da hangi ekolün izlenmesi konusunda düğümlenmektedir. Bilindiği gibi iletişim eğitiminde iki yaklaşım vardır. Birincisi anglosakson kökenlidir ve iletişimciyi iyi haber toplayan, haberi iyi yazan, kitlelere iyi aktarmasını bilen, iyi yayın yapan, iyi resim yansıtan bir eleman olarak görür. Bu yaklaşım içinde iletişimcilik teknik bir iştir. Eğitimde tekniğe ağırlık vermek gerekir. Kurumsal dersler, kültür dersleri ikinci planda kalmalıdır.

İkinci eğilimde ise kitlelerin bilincini etkileyen, kamuoyu oluşturan iletişimcinin kültürlü, bilgili olması gerektiği görüşü ağırlıktadır. İkinci eğilim Kara Avrupası ve özellikle Fransa damgasını taşır. Çağımız iletişim çağı olduğuna göre kitleleri iletişimci yönlendirecektir. Bu yönlendirmede klasik kültürün bugünkü görünümü olan çağdaş kültürü bilmeyen, özümsemeyen iletişimciler kitleleri yanlış değer yargılarına sürükleyebilir. Hal böyle olunca o toplum yozlaşır, sorunlar çoğalır. Kaldı ki kültürsüz iletişimci bir sentezdir. Biz sentezin kültür ağırlıklı olmasından yanayız. Teknik, iyi bilgisayar kullanma vs., gibi konular kolayca öğrenilir ama kültür sahibi olmak kolay değildir.

Ne yazık ki, mevcut eğitim sistemi teknik ağırlıklı bir sentezi uygulamaktadır. Fransa'da bile zaman zaman bu eğilim su üstüne çıkmaktadır. Dünyanın yüzeysel değerlere hızla yöneldiği günümüzde yapacak pek fazla bir şey kalmıyor. Ama bilelim ki kültüre önem vermeyen toplumlar varlıklarını sağlıklı bir şekilde sürdüremezler.

Afrika'nın en güçlü özel radyosu: Africa No 1

1981'de Gabon'da kurulan ve 16 milyon dinleyicisi olan bu radyo şimdi Paris ve Dakar'da FM kanalları ile yayına başlıyor.

Merkez Gabon'da olan Kara Afrika'nın 1 numaralı radyosu Africa No:1 şimdi Paris'te ve Senegal'de düzenli bir biçimde yayınlanacak. Bir Afrika radyosunun Paris'ten yayın yapması çok ilginç bir olay sayılıyor. Çünkü şimdiye kadar hep bunun tersi olmuştu. Avrupa radyoları Afrika'ya yerleşip yayın olanakları elde etmişlerdi. Şimdi bir Afrika radyosu nasıl oluyor da Paris'e el atabiliyor ve Yüksek Audiovisuel Konsey'den yayın izni alabiliyor?

Africa No:1 adlı radyo 1981'de Gabon Cumhurbaşkanı **Omar Bango'nun** desteğiyle kurulmuştu, Afrika'nın tek tecimsel radyosu sayılıyordu. Radyonun kapitali şöyle oluşturuldu: % 35 Gabon devleti, % 25 Gabonlu özel girişimciler, % 40 Fransız Devlet kuruluşu **SOFİRAD**.

Africa No: 1 kısa zamanda kendini kabul ettirdi. Devlet radyolarının karşısında göreceli bağımsızlığıyla dinleyicilerin güvenini kazandı, magazin türü yayınlara geniş ölçüde yer vererek kadınlarında ilgisini çekti, bol reklam alarak ekonomik bakımdan güç elde etti ve Kara Afrika'nın en önemli radyosu durumuna geldi.

Africa No1 dokuz yıldan beri kısa dalga üzerinden 18 saat Fransızca yayın yapıyor. İlk başlarda yardımcıları bütçesini dengeleyen **Africa No: 1** 1988'de kâra geçti ve o zamandan beri de her yıl kazancını arttırdı.

Africa No: 1'in 16 milyon dinleyicisi olduğu belirtiliyor. Müzik programlarının % 75'ini Afrika müziği oluşturuyor. Programlarda yarışmalara, oyunlara, spor haberlerine, kadınlara ve gençlere yönelik konuşmalara geniş yer ayrılıyor.

100 kişilik bir kadrosu olan radyoda 23 gazeteci çalışıyor. Radyonun bütün Afrika ülkelerinde muhabirleri var. Personelin yaş ortalaması 30.

Africa No: 1'in Genel Müdürü **Louis-Barthelemy Mapangou** yayın

ilkelerinde UNESCO'nun Yeni Evrensel Habercilik ve İletişim Düzenine bağlı kaldıklarını ve haber akışını Güneyden Kuzeye yöneltmek istediklerini, bunun için de önce Fransızca konuşan Afrika ülkeleri arasında Güneyden Güneye, sonra Güneyden Avrupa'ya, daha sonra da Amerika'ya yönelik bir haber akışı sağlamak istediklerini belirtiyor.

Africa No:1'in en büyük rakibi **RFI** denen **Radio France Internationale**. Fransız Devlet radyosu olan **RFI**'in elinde çok geniş maddi olanaklar var. Haber kaynakları çok daha zengin. Fransızca konuşulan Afrika ülkelerinde önemli olayları izlemek için insanlar önce **RFI**'i dinliyorlar, sonra **Africa No:1**'i, sonra da kendi ulusal radyolarını. Ulusal radyolar sakıncalı ülke haberlerini sansür ediyor, çarpıtıyor ve bazen hiç vermiyorlar. Dinleyiciler "**Vay satılmışlar, kokuşmuşlar yalancılar**" diye izliyorlar bu haberleri, Gerçekleri öteki radyolardan öğreniyorlar.

Gabon'da Devletin yönetiminde iki radyo ve iki TV yayını yapıyor: **RTG 1** ve **RTG 2**. Bunların yanı sıra bir de özel TV var: **Télé Africa**. Bu üç TV kanalı her gün **Canal France Internationale** denen uluslararası Fransız TV kanalının uyuyla dağıtılan programını yayınlıyorlar. Gabon devlet radyo ve televizyonlarının olanakları çok kısıtlı, hiçbiri **Africa No:1** ile rekabet edecek güfte değil.

Africa No:1 geçen Kasım'da Paris'te deneme niteliğinde bir ay FM yayını yapma iznini almıştı. Bu deneme başarılı oldu ve Fransız Audiovisuel Yüksek Konseyi **Africa No: 1**'e Eylül 1992'den itibaren sürekli yayın izni verdi.

Africa No: 1 bunun yanı sıra Senegal hükümetine de başvurarak **Dakar**'da FM yayını yapmak için izin istedi. Devlet Başkanı **Abdou Diouf** **Africa No: 1**'in **Dakar**'da yayın yapabileceğini açıkladı. Böylece **Africa No: 1** Afrika yayıncılığında çok büyük bir güç kazanmış oluyor.

SOFİRAD nedir?

SOFİRAD Fransız devletinin radyo-TV alanında kurduğu bir holding ortaklığıdır. **SOFİRAD**'ın bugün şu kuruluşlara katılım vardır:

- Africa No: 1 % 40
- Radio Monte Carlo-Orta Doğu (SOMERA)

SOFİRAD'ın katılım % 90; Dinleyici sayısı 10 milyon. Bu radyo İsrail, Lübnan, Suriye ve Mısır'a yönelik Arapça yayın yapıyor.

- **Media 1**; **SOFİRAD**'ın katılımı % 49. Bu tecimsel radyo Tanca'dan Kuzey Afrika ülkelerine yayın yapar. Hisselerinin % 51'i Fash'ların elindedir.

- **Radio Caribbean Internationale**: Karaiplerden İngilizce yayın yapar. 100 bin dinleyicisi vardır.

- **Télé-Liban**: **SOFİRAD**'ın katılımı % 53.

- **Canal France Internationale**: **SOFİRAD**'ın katılımı % 100. Bu kanal her gün 4 saat uyuyla yabancı ülkelere görüntü dağıtımı yapar.

Anahtar Teslim Radyo İstasyonu

Devlet tekelinin yıkılmasına çeyrek kala özel TV ve Radyo istasyonları faaliyetlerini sürdürürken, yeni kurulan bir şirket "anahtar teslim radyo istasyonu" reklamları yapmakta ve ayrıntılı olarak fiyat da vermektedir.

Program House son dönemlerde yıldızı parlayan, eski dönemlerde de başka adlar altında büyük atılımlar yapan reklamcı **ZAFER ATAYLAN**'ın reklam ajansı **AX AJANS** tarafından kurulmuştur. **AX AJANS**'ın seçimlerde **DYP**'nin reklam kampanyasını yapmıştı.

Üç ana model teklif ediyor: Amatör modeller 15.000-40.000 dolar arası; yarı profesyonel modeller 150.000-400.000 arası ve profesyonel modeller 300.000-800.000 dolar arası.

Kuruluşun sözcülerine göre Türkiye'de iki yıl içinde 700 kadar istasyonun kurulması beklenmektedir. İstanbul ise 40 kanalla sınırlı olacaktır.

Cüneyt Cunda

Berlusconi İtalyan TV'lerine egemen oldu

İtalya'daki TV anarşisine son verilmesi için geçen yılın sonlarında Bakanlar Kurulu Önemli kararlar almış, ama çeşitli ekonomik ve siyasal baskılar nedeniyle hükümet ulusal ve yerel çapta yayın yapacak

Berlusconi kimdir?

Bir banka memurunun oğlu olan **Silvio Berlusconi** 1961'de, 25 yaşında yapı alını satış işlerine girerek para kazanmanın yollarını buldu.

1969'da Milano dışında 10 bin kişinin yaşadığı **Milano 2** adında bir site kurdu. Bu sitenin en büyük özelliği "**Otomobilsiz ve kirlenmeyen bir site**" olması idi. Sitenin kendi okulları, her çeşit sosyal tesisleri ve alt yapısı vardı. Bütün işler bilgisayarlarla yönetiliyordu. **Berlusconi** bu site içinde bir de kablolu TV şebekesi kurdu. Böylece **Berlusconi** audio-visual alanda ilk denemesini yapmış ve başarılı olmuştu.

Berlusconi bu ilk site başarısından sonra 1975'de yine çevrecilerin tüm isteklerine uygun yeni bir site kurdu. Bunu 1985'te 250 bin metrekarelik **II Graso** sitesi izledi.

Berlusconi'nin **Milano 2**'de kurduğu kablolu TV şebekesi 1980'de Hertz dalgalarıyla yayın yapan **Canale 5**'e dönüştü. Gazeteler **Berlusconi**'ye **Sua Emittenza** demeye başladılar. Bu sözcük hem kardinaller için kullanılan "**Son Eminence**" anlamına geliyor, hem de bir sözcük oyunu ile yayın (emisyon) yapan anlamında kullanılıyordu.

Berlusconi bir süre sonra iki TV kanalını satın aldı: **Italia I** (1983'te), **Rete 4** (1984'te), **Fininvest** adı verilen ve İtalya'nın üçüncü büyük holdingi olan kurumu kurdu, **Milano AC** adındaki futbol kulübünü ele geçirdi ve kısa

Devamı Sayfa 15'te

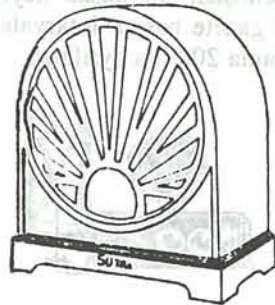
olan kurumları bir türlü saptıyamamıştı. **Giuliano Amato**'nun başkanlığındaki Sosyalist hükümet en sonunda geçen Ağustos ortalarında 12 kuruma ulusal çapta TV yayın izni verildiğini, 831 kuruma da yerel TV izni verildiğini açıkladı. Ulusal çapta yayın izni alan kurumlar şunlar:

- Devlet TV kurumu **RAI**'nin üç kanalı;
- Berlusconi'nin üç kanalı: **Canale 5**, **Rete 4** ve **Italia Uno**;
- Tematik yayın yapan üç kanal: **Rete A** (diziler), **Video Music** ve **Tele Monte Carlo** (spor)
- Paralı 3 TV kanalı (Pay-TV): **Telepiu Uno**, **Telepiu Due**, **Telepiu Tre**.

Bu üç paralı TV kanalının hisselerinin % 10'unun **Berlusconi**'nin elinde bulunduğu bildiriliyor. Böylece **Berlusconi**'nin İtalyan Televizyon dünyasına hükümetin desteği ile egemen olduğu anlaşılıyor.

Hükümetin bu kararı İtalya'da çok büyük tepkilerle karşılandı. Eski Komünist Partisi **PDS** şimdi bu konuda bir referandum yapılmasını öneriyor. İtalyan Gazete Sahipleri Federasyonu başkanı **Giovanni Giovannini** bu kararın iletişim de çoğulculuk ilkelerine aykırı olduğunu belirtti. Son aylara kadar ulusal çapta yayın izni bekleyen **Tele Capri** nin bu karara karşı 100 milyar litrelilik bir tazminat davası açacağı açıklandı.

Ulusal çapta yayın izni alamayan kurumların sayısı 100'ü buluyor. Bu kanallara Eylül ayı içinde itiraz hakkı tanındı. Ama durumun pek değişeceği sanılmıyor.



Kablolu Adliye Televizyonu

Amerika'da 1991 Temmuzundan beri yeni bir kablo yayını var: **Court TV**. Bu kanal yalnız adliye haberlerini ve duruşmaları yayınlıyor. **Court TV** 24 saat yayın yapıyor. Bazı duruşmaları canlı olarak yayınlıyor, bazılarının da belgelerini veriyor. Canlı yayınlarda on saniyelik bir gecikme oluyor, onun da amacı suç sayılacak bazı sözleri kesmek. Önemli duruşmalar tümüyle yayımlanıyor, ötekilerden de seçmeler yapılıyor. Gece yarısı ve hafta sonu programları hep seçmelerle dolduruluyor.

Yayının amacı adliye haberlerini bütün çıplaklığı ile yansıtmak ve bunların hem eğlendirici ve hem de eğitici olmasını sağlamak.

Amerika'da mikrofonların ve kameraların mahkemelere girmesi yeni bir olay değil. 30'lu yıllarda da buna izin verilmiş ve duruşmalar radyolardan ayrıntıları ile izlenmişti. Örneğin o dönemde Amerika'da ünlü havacı **Charles Lindberg**'in oğlu kaçırılmış ve bu olay çok geniş biçimde radyolara ve basına yansıtılmıştı. Sonraları mediaların jüri üyelerini etkiledikleri öne sürülerek foto muhabirlerinin ve kameramanların duruşmalara girmeleri yasaklanmıştı.

1977'de mahkeme kapıları televizyonlara açıldı. Bugün 50 eyaletin 45'inde televizyonlar duruşmaları izleyebiliyorlar.

CNN Televizyonu da bir ara duruşmaları vermeye yöneldiyse de bu programlar genişletilmedi.

Court TV şimdi bu alanda büyük bir anılmı yapmış oluyor. **Court TV**'yi beş büyük ortaklık yönetiyor. **Time-Warner**, **TCI**, **Cablevision**, **Liberty** ve **NBC**.

Tirajlar bir türlü yükseleniyor Gazetelerin toplam satışı 2,4 milyon

Özgen Acar 31 Ağustos'ta Cumhuriyetten Okurlara sütununda gazetelerin tirajlarındaki düşüklüğe, TV reklamı ve loterya harcamalarına

Özel Radyolarda Dil Sorunu

Özel radyolar bir dil ve aksan sorunu yaratılar. Bu radyolardaki sunucular ve animatörler genelde Türkçeyi bir Amerikalı, ya da İngiliz gibi konuşmaya yöneliyorlar. Anonslar bile bir yabancı radyo istasyonunun Türkçe programı gibi yapıyor. Örneğin "Radyo Teek", ya da "Number One FM". Dilde yozlaşmanın bu derecesi her halde hiç düşünülemezdi. Dil sorunu dinleyicilerde geniş tepkiler uyandırıyor.

Sina Koloğlu "Özel Radyolarda Türkçe krizi" başlıklı yazısında şunları yazıyor:

Özel Radyo, yeni bir sunucu tipini hızla yayıyor.

Özellikle müzik programlarında rağbet gören bu sunucu tipi, "İngiliz aksanı ile Türkçe konuşan" gençlerden oluşuyor.

Özel radyolar, önce isimleri ile Amerikalı olmak istediler. "Energie FM", "Power FM", "Number One FM." Radyo anonslarında başlayan aksan farkı, giderek yayımlara da yansımaya başladı. Amerika'da ya da İngiltere'de eğitim görmüş spikerler revaçta.

Özellerin, yaşları 17-20 arasında pek çok genci radyoya çıkarması, bunların hiç bir deneyime sahip olmamaları da yayın kalitesini etkiliyor. Kalitesiz ses tonları, yanlış vurgulamalar, İngiliz aksanı ile konuşulan Türkçeye, özellikle aileler büyük tepki gösteriyor. "Yakında çocuklarımız ile anlaşabilmemiz güç olacak" diyorlar.

değinerak şunları yazıyor:

"1960 sıralarında gazeteciliğe başladığımda 3 milyon kadar olan toplam satış 1992 başında da aynı kaldı. Yani topu topu 3 milyon 155 binlik net satış...

Yazın geleneksel düşüşü ile temmuz ayı sonunda toplam net satış 2.4 milyonun altına kadar geriledi.

Bileşim Piyasa Araştırma Merkezi'nin 1992 Temmuz ayı raporuna göre bu yılın ilk 7 ayında Sabah 37,4 milyar TL. Hürriyet 35,3 milyar TL. ve Milliyet 31,2 milyar TL'lik TV reklamı yapmış. Cumhuriyet tek bir kuruluşluk TV reklamı yapmamış ya da yapamamış. Bir başka deyimle yaklaşık ve ortalama bir rakamla üç büyük gazetemiz, her gazete başına 300 lirayı TV reklamı için harcamış... Sonuçta satış artacağına azalmış... Acaba neden?

Milli Piyango idaresinin vermiş olduğu rakamlara göre Cumhuriyet ve bir iki gazete dışında Türkiye'deki tüm gazeteler geçen yıl 7 ayda 162 loterya için 16.3 milyar lira harcamışlar. bu yıl aynı sürede gazeteler 468 loteryaya 101 milyar lira ödemişler. Bir başka deyişle bu yıl gazete başına loteryalara ortalama 200 lira ayrılmış.



Halk TV'den çok Basına Güveniyor

Hürriyet Gazetesi'nin bildirdiğine göre Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne bağlı Ege Ajans Araştırma Grubu'na 12-50 yaşlarında 400 kişi arasında yapılan, "TV'de kanal ve program tercihi" konulu araştırmada, halkın haberlerde, televizyonlardan çok basına güvendiği ortaya çıkıyor.

Ankete katılanların 276'sı, "İzlediğim kanalın tarafsızlığına inanmıyorum" derken, güven duyduğunu söyleyenlerin sayısı 124'te kalmış. Ankete katılanların yüzde 55'i yazılı basını televizyona göre güvenilir buluyor. Güvenilir haber açısından radyo ve televizyonu tercih edenlerin ortalaması yüzde 44 oluyor. Bu arada, televizyon kanalları içinde en çok Show TV'nin izlendiği belirleniyor.

TRT kanallarının, haber programlarında en fazla seyirciyi çektiği, diğer programlarda ise Show TV'nin ilk sırayı aldığı saptanıyor. Haberler ve haber programlarında TRT kanallarını tercih edenler yüzde 46.50, InterSTAR'ı izleyenler yüzde 27.50, Show TV'yi izleyenler ise yüzde 19.00 olarak belirleniyor. Diğer programlarda izleyicilerin yüzde 50.26'sını Show TV, yüzde 23.72'ni TRT kanalları, yüzde 22.96'sını InterSTAR, yüzde 3.06'sını Tele ON topluyor. TV izleme oranı yüzde 98 olarak belirlenirken, bunların yüzde 12'si günde bir saatten az, yüzde 38'i 1-2 saat, yüzde 30'u 2-4 saat, yüzde 20'si ise 4 saatten fazla TV izliyor.

Basın Yasası Değiştirilecek "Basın özgürdür, Sansür edilemez"

Adalet Bakanı Seyfi Oktay geçtiğimiz günlerde yaptığı bir açıklamada 5680 sayılı Basın Yasasında bazı değişikliklerin yapılmasını öneren bir yasa taslağının hazırlandığını bildirdi. Bu değişikliklerin en önemlileri şunlar:

- Yürürlükteki yasanın 1. maddesinde yer alan "Basın serbesttir" hükmü "Basın özgürdür, sansür edilemez" olarak değiştiriliyor;

- Şimdiki yasanın 16. maddesine göre yazı sahibinin kimliğinin anlaşılması durumunda yazı işleri müdürünün cezalandırılması gerekir; yeni tasarıda bu hüküm kaldırılıyor;

- Yeni tasarıda " Süreli yayının sorumlu müdürü, yazıyı yayınlayan ve basın hakkında usul kanunlarındaki zorlayıcı hükümlerin uygulanmaması öneriliyor; Buna göre sanığın sorgusu için zorla duruşmaya getirilmesi ve tutuklanması söz konusu olmayacak;

- Tasarıya göre "Yazı ya da haberi yazan, haberin kaynağını açıklamaya zorlanamayacak, haberle ilgili belge, bilgi ve verileri teslim etmeyecek, haberle ilgili soruşturma sırasında tanıklıktan çekilebilecek;

- Yasanın 16. maddesinde süresiz yayınlarda yayınlananın cezalandırılması hükmü vardır; Tasarıda Yayınlanan" sözcüğünün kaldırıldığı görülüyor;

- Yürürlükteki yasaya göre basın yoluyla işlenmiş suçlardan dolayı dava açma süresi günlük yayınlarda 6 ay, öteki yayınlarda 1 yıldır; tasarıda bu süreler 3 ve 6 aya indiriliyor;

- Tasarıda yayın organlarının kapatılmasına ancak suçun tekrarı halinde yargıç tarafından karar verileceği hükmü getiriliyor;

- Sorumlu müdürlük yapmayı kısıtlayan nedenler daraltılıyor. Buna göre yazı işleri müdürlerine, muhabirlere, meslekleriyle ilgili suçlardan mahkûm olmaları halinde meslekten men cezası verilemeyecek;

- Yürürlükteki yasaya göre yabancılarda çıkan basılı eserlerin Türkiye'ye sokulması Bakanlar Kurulunca yasaklanabilmekteydi, eserlerin yurda sokulması serbest bırakılıyor.

- Yürürlükteki yasaya göre basılmış eserlerin müsadere edilmesi konusunda mahkemece verilen kararların Resmi Gazetede yayınlanması gerekir; tasarıda bu hüküm de kaldırılıyor.

Bakan Seyfi Oktay Küçükleri Muzir Neşriyattan Koruma yasasındaki bazı antidemokratik hükümlerinde kaldırılması için çalışmalar yapıldığını söyledi.

Seyfi Oktay Basın Yasası değişikliklerini açıklarken de Basın özgürlüğünün tüm özgürlüklerin anası olan düşünce ve kanı özgürlüğünün dinamik bir uzantısı olduğunu belirtti ve basının bu önemli işlevini özgür ve rahat bir ortam içinde yerine getirmesini sağlayacak koşulların hazırlandığını vurguladı.

İsviçre basını bunalım geçiriyor

İsviçre'nin Fransızca konuşulan bölgelerinde basının büyük bir bunalım geçirdiği anlaşılıyor. Reklam gelirleri azalıyor, gazetelerin aralarında birleşmeler oluyor, çalışanların işine son veriliyor, işsizlik artıyor.

Cenevre'nin belli başlı dört büyük günlük gazetelerinin 1991'deki zararları 18 milyon İsviçre Frangı. Bunların içinden 5600 tirajlı katolik Courier gazetesi kilisenin yardımıyla durumunu kurtarabilmiş.

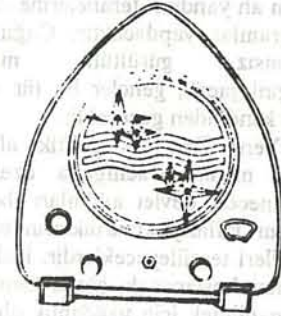
Journal de Genève, la Suisse ve la Tribune de Genève ile birleşmişti. Journal de Genève 1991'de 6 milyon İsviçre frangı zarar etti. Personel kısıtlamasına gitti. Çalışanların sayısı 140'dan 70'e düşürüldü.

58 bin tirajı olan La Suisse gazetesi de büyük bunalım geçirdi. Reklamları azaldı, 30'a yakın insan gazeteden ayrılmak zorunda kaldı.

Tirajı 61 bin olan Tribune de Genève'in de 1991'de 8,5 milyon İsviçre frangı zarar ettiği bildiriliyor.

Neuchâtel Kantonunun belli başlı gazetelerinden L'Impartial (31 bin) ve L'Express (33 bin) gazeteleri de geçen yıl kısıtlamalar yapmak zorunda kalmışlar.

1.300.000 nüfusu olan İsviçre'nin Fransızca konuşan bölgelerinde günlük gazete sayısı 18, ama hepsi bunalım geçiriyor.



Radyo, Toplum ve Demokrasi

1.nci Sayfadan Devam

içine gireriz. Dev kişilikler kurarken örnekler romanlar, ekran kahramanlarıdır. Radyo ve TV'deki müzik birseyel romanımızın fon müziğidir.

Kişiliğimizi adeta iletişim kahramanlarına teslim etmekte-yiz. İlkel toplumlarda bu teslimiyet büyücüye, şefe, söylenceleri oluşturan karizmalara olurdu. Bugün ise aslında değişen pek fazla bir şey yoktur. Büyücünün yerini hacı-hoca takımı, şefin yerini uzun süre iktidarlarda kalan kendi elimizle seçtiğimiz yöneticiler, söylene karizmalarının yerini ise iletişim araçlarında gördüğümüz, hayran hayran seyrettiğimiz, dinlediğimiz artistler, şarkıcılar, dansözler almıştır. Yeni tanrılar artık mediadadır.

Marshal McLuhan'a göre toplumlarda değer sistemini "**İletişim sistem ve olgusu**" belirlemektedir. Olimpus Dağının yerini **Gutenberg Galaksi'si** almıştır; artık onun yerini de **Marconi Galaksi'si** almaktadır. Mass media hedef kitlenin kişiliğini avucunun içine alarak onun değer düzenini alt-üst etmektedir.

Mass Media'nın rantabiliteyi göz önünde bulunduran insanların elinde olduğunu düşünürsek toplumsal sorumluluğun ikinci planda kalacağı doğaldır. Kaldı ki, o insanlar ne kadar iyi niyetli olurlarsa olsunlar, onlar da aynı toplumun bireyleridir. Ekonomik olarak güçsüz insanın özendiği karizma **İbo, Rambo** veya **Karete Kit'**ken onun ki **Ted Turner, Prens Rainier, Onasis** olacaktır. Değer yargıları da irras-yonel çizgide yer alacak, tüm olay ve olguları bilim dışı, keyfi faktörlere bağlı açıklayacaktır. Media'da da bu anlayış egemendir. Radyoda müzik belkide arabesk ağırlıklı olacak, "ah anam ah yandım" teranelerine dayalı programlar yapılacaktır. Çağımızın anlamsız gürültülü müziği yaygınlaşacak, gençler bu tür eğililerle kendinden geçecektir.

Yeni Tanrı'lar politik alanda mass media aracılığıyla özellikle güçlenecek, devlet adamları "benim halkım" laflarıyla tanrılıklarını bizzat kendileri tescilleyeceklerdir. Halk da bundan hoşlanacak, sözde tanrılara yaranabilmek için yağdanlık olmak-

tan mutluluk duyacaklardır.

Yeni tanrı'lar bu nedenle kitleleri düşünmeye iten **Descartes**'lardan, **Aristoteles**'lerden, **Marx**'lardan, **Kant**'lardan, **Dostoiveski**'lerden, **İbni Rüş**'lerden yana değildir.

Bilim, sanat ve köklü kültür onların mediasında ancak aksesuar olarak bulunur. Kültür onlar için beyaz ya da pembe dizilerden ibarettir. Felsefe arabesk kader anlayışının acısını çekmektedir.

Bu sosyal görünüm gerçek demokrasinin kurulmasında da politika bilimcileri yeni demokrasiyi tanım arayışları içindedir. Artık "halkın halk tarafından halk için yönetimi" türünden tanımlar; **Rousseau**'nun "halk egemenliği" kavramı; "toplum sözleşmesi" anlayışı politika bilimcilerini tatmin etmemektedir. Siyasal partilerin de artık birbirlerinden pek farkı kalmamıştır. Batı Demokrasileri içinde tüm siyasal partiler sosyal devletten yanadır; hepsi özgürlüktür. Gerçekten de günümüz Türkiye'sinde program ve felsefe açısından örneğin artık bir SHP ile bir DYP arasında fark kalmamıştır. Önemli olan aynı kadronun uzun süre iktidarda olmasıdır.

Başka bir anlatımla artık demokrasi kadroların sık değiştiği; belli sosyal ve siyasal iktidarın uzun süre ülkenin kaderine hakim olamadığı bir rejim olarak algılanmalıdır. Aynı kişiler uzun süre kurumlara egemen oldukları taktirde, yönetimin getirdiği çıkar ilişkileri toplumdan onları tamamiyle koparmaktadır.

Bu güçler iktidarlarının sarsıldığı hissettikleri, devlet televizyon ve radyosu üzerinde egemenliklerini kaybettikleri anda örneğin oğulları aracılığıyla özel TV istasyonunu kurarlar.

O halde gerçek demokrasiye kavuşmak istiyorsak, çok sesliliği gündeme getirmemiz gerekir. Radyo istasyonları, kurulma kolaylıkları nedeniyle bu bağlamda yararlı olabilir. Toplumda hala klasik değerleri benimseyen, rasyonalist, gerçek aydınlar vardır. Öte yandan kamuya karşı sorumluluklarının bilincinde olan kamu kuruluşları da mevcuttur.

Radyolarda Patlama

(1.nci Sayfadan Devam)

culuğun çok para getireceği anlaşıldı. Öyle olmasa bu işe girerler miydi?

Özel radyolar yayıncılığa yeni bir ses getiriyorlar. Bunların iyisi de var, kötüsü de. Hele dil bakımından yapıları kötülüğün sınırı yok. Ama radyoculukta bir kıpırdama başladı, bir patlamaya doğru gidiyoruz. Bu nasıl bir patlama? Bol dinleyici kazanmaya, bol reklama, bol kâra yönelik bir patlama.

Oysa radyoculuğun kültürel, eğitsel, toplumsal amaçları olabildi. Kuruluşundan beri Unesco az mı durmuştu bu konu üzerinde? Asya'da Afrika'da ve Latin Amerika ülkelerinde yapılan deneyimlerden alacağımız bazı dersler olabildi.

Bir de işin şu yanı var, frekans olanakları dünyanın her yerinde sınırlıdır. Örneğin İstanbul'da ancak kırk kadar FM yayınının yapılabileceği söyleniyor. Oysa yayın olanakları şimdi yağma ediliyor, kıyılarımız gibi, Hazine toprakları gibi. Sonra ne olacak? Kamu kuruluşları, dernekler bu frekanslardan nasıl yararlanacaklar? Kimse düşünmüyor bunu.

Bizde kamu sektörü radyoculukta da yenik düştü. Belediyeler ve dernekler yasal endişelerle kılı kırk yararken parsayı özel sektör topladı.

Gerçek demokrasi değer alternatiflerinin çokluğu içinde gündeme gelebilir. Çok değerlilik, çok seslilik insanlara seçim olanağı sağlar ki, bugünkü oligopol yapıyı zorlar. Böylelikle geniş bakış açısı içinde iktidarlar hızlı gelişen ve değişen değer sistemleri içinde daha çabuk değişir.

Kamuoyu Araştırmaları Berlusconi Kimdir?

3.nsayfanın devamı

11.nci Sayfadan Devam

açıklamaları vermesi gerekmektedir (5):

a- Araştırmayı yapan kuruluşun adı,

b- Kapsanan örneğin tanımı (kimlerle görüşüldü),

c- Görüşme sayısı (örnek büyüklüğü) ve coğrafi dağılım,

d- Bilgi toplama tarihi,

e- Bilgi toplama yöntemi (kişisel veya telefon görüşmesi vb.).

f- Örnek seçme yöntemi,

g- Sorulan soruların uygunluğu,

h- Oy verme eğilimiyle ilgili sorularda, "bilmiyorum" ya da "oy kullanmayacağım" diyenlerin yüzdesi.

Araştırma, radyo ya da televizyondan yayınlanıyorsa en azından a ve d maddelerine yer verilmelidir.

Ülkemizde kamuoyu araştırmalarının bu kurallara uymayan biçimlerde yayımlandığına tanık olmaktadır. Örneğin, Star I TV araştırmalarında, yalnızca sonuçlar açıklamakta, araştırmacının kim tarafından, hangi tarihte ve hangi yöntemle yapıldığı konusunda bilgi vermemektedir. 1991 genel seçimlerinde yaptıkları araştırmada ANAP'ı % 30'la birinci parti olarak tahmin eden Star I kanalı, seçimlerden sonra yaptığı açıklamada, adı geçen araştırmacının "telefon anketleriyle" yapıldığını belirtmiştir. Oysa ki telefonla anket yönteminin bazı kolaylıkları yanında, örneklem kapsamının sadece, telefon aboneleleriyle sınırlandırılması gibi bir sakıncası bulunduğunu (7) konuyla az çok ilgili herkes bilmektedir. Dolayısıyla burada ya tehlikeli boyutta bir bilgisizlik ya da daha kötü bir ihtimalle bilerek yanlış ilan edilen araştırma sonucunun yöntem eksikliğine yüklenmesi söz konusudur.

Öneriler:

• Ülkemizde de, kamuoyu ve pazar araştırmalarının geliştirilmesi amacıyla 1988'de "Pazarlama ve Kamuoyu Araştırmacıları Derneği" kurulmuştur. Doğru

haber ve bilgi akışının gerçekleşebilmesi için, bu derneğin ESOMAR kurallarına uymayan üyelerine yaptırım gücü olmalı ya da mevcut gücünü kullanılır hale getirmelidir.

• Basın yalnızca ESOMAR üyesi ortaklıklarının araştırma sonuçlarını yayınlamalıdır. Geçmiş tarihlerde, Ticaret odasına kaydı bile bulunmayan bazı ortaklıklarını araştırma sonuçlarının yayımlanabileceği unutulmamalıdır.

• Basın, hata payları konusunda halka eğitici açıklamalar yapmakla yükümlü tutulmalı ve hata payları okuyucunun kolaylıkla göreceği şekilde yayınlanmalıdır.

• Yasal değişmelerle de desteklenmesi gereken bu anlamlar, hem halkın daha sağlıklı bilgiye ulaşmasını kolaylaştıracak, hem de kamuoyu araştırmaları standardının yükselmesini sağlayacaktır.

Dipnotlar:

(1) Bak. Nazlı Ilıcak, "Benimki En Doğrusu", Milliyet Doküman Eki, s:1, 2 Nisan 1989.

(2) Güntaç Özler, Kamuoyu Araştırmaları I. Uluslararası Sempozyumu, Ankara, 17-19 Ekim 1988, Ed. Muharrem Varol, A.Ü. B.Y.Y.O. Yay., Ankara 1990. s. 318.

(3) "DYP Düşü, SHP İkinci", Milliyet Gazetesi, 3 Ekim 1991.

(4) ESOMAR- What It Is and What It Stands For, ESOMAR Central Secretariat, s.2.

(5) ESOMAR Kod ve Kılavuzu, Ocak 1986.

(6) Jay W. Schmiedeskamp, "Reinterviews by Telephone", Journal of Marketing, Jan, 1962, ss. 28-34'ten nakl: İsmail Kaya, "Telefonla Anket Örnekleme Teknikleri", Pazarlama Dünyası, Kasım-Aralık 1989, s: 18, ss. 15.

(7) Yılmaz Esmer, "Haydi Kamuoyu Araştırılm", Cumhuriyet Gazetesi Bilim ve Teknik Dergisi, Ağustos 1991, ss. 10.

zamanda İtalya'nın en büyük iş adamlarından biri oldu.

Fininvest grubu bugün şu bölümlerden oluşuyor:

- Dağıtım, büyük mağazalar: Standa, Euromarcati, Süpermarcati. Bu bölüm Fininvest'in yıllık cirosunun % 23'ünü sağlıyor;

- Reklamcılık: Publitalia, Publieuropa, Publiespana; % 17

- Sigortacılık ve yatırım işleri: Medialanum, assicurozini, Medialanum Mita, Programma Italia; % 16;

- TV: Canale 5, Rete 4, Italia 1, Telecino, Telefunf, La Cing; % 11

- Basın ve yayıncılık: Mondodari, Berlusconi Editore, Elemond; % 10;

- Sinema ve Tiyatro; % 8;

- Yapı işleri: % 1;

Fransa'da Beşinci Kanal'a ortak oldu, 1987'de Almanya'da Telefunf'ün hisselerinin % 21'ini satın aldı. İspanya'da Telecino'un hisselerinin % 25'ini eline geçirdi. İngiltere, Belçika, Yunanistan ve Doğu Avrupa ülkelerinde de çeşitli projeler oluşturdu.

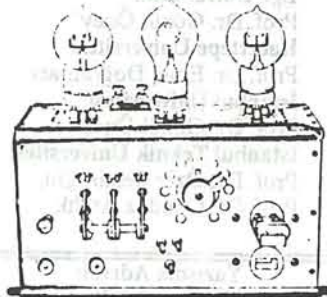
Berlusconi sinemacılığa el attı, film dağıtım örgütü dışında Pentafilm stüdyolarını kurdu.

II Gionale gazetesini, 3 milyon tirajı olan TV Soressi ve Canzoni dergisini ele geçirdi.

Reklamcılıkta çok başarılı oldu, basına verilen reklamların % 35,4'ü onun kanalından sağlandı, TV reklamlarında % 60'a yakın bir oran elde etti.

İtalya'da Sosyalist Partisi yöneticileriyle, Fransa'da da Mitterand ile çok yakın dostluk ilişkileri kuran Berlusconi bugün Avrupa'nın en güçlü iş adamlarından biri sayılıyor.

Mustafa Gürz



Unesco Milli Komisyonu Genel Kurulu Toplanıyor

23 Eylül'de Ankara'da Türk Tarih Kurumu Konferans salonunda yapılacak XX. Dönem Genel Kurul İkinci Toplantısına 80 üye çağrıldı.

Milli Eğitim Bakanlığı
Köksal Toptan, Milli Eğitim Bakanı, Genel Kurul Başkanı
Prof. Dr. Necati Erşen, Müsteşar Hamdi Binay, Müsteşar yardımcısı

Ömer Okutan, Ahmet Erdoğan, Ülkü Bilgen, Aydoğan Ataınal, İlhan Özker, Mustafa Gümüsova

Dışişleri Bakanlığı
İsmet Birsal, Kültür İşleri Genel Müdürlüğü temsilcisi
Pulat Tacer, Unesco nezdinde daimi delege
Timoçin Arbek, Kültür İşleri G.M. temsilcisi

Kültür Bakanlığı
Emre Kongar, Müsteşar Yaşar Doruk, Nermin Başbaş, Tülin Sağlamtunc, Necmettin Karakerem, Hayriye Erkut- Sezgin, Yahya Aksoy

Kamu Kuruluşları
Dr. Uygur Tazebay, YÖK temsilcisi
Doç. Dr. Beşir Atalay, Devlet Planlama
İlker Erbil, Sosyal ve Kültürel İşler Bşk.

Prof. Dr. Yaşar Yücel, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu
Prof. Dr. Yaşar Önen, Atatürk K.D.T.Y.K.
Ord. Prof. Dr. Aydın Sayılı, Atatürk K.D.T.Y.K.

Prof. Dr. Utkan Kocatürk, Atatürk K.D.T.Y.K.
Prof. Dr. Ayhan Ertepinar, Tübitak
Asuman Emre, M.T.A.
Prof. Dr. Orhan Güvenen, Devlet İstatistik G.M.
Osman Koçyiğit, Devlet Tiyatroları G.M.

GÜNDEM

- 1- Genel Kurul Başkanı Milli Eğitim Bakanı Köksal Toptan'ın açılış konuşması;
- 2- Kültür Bakanı Fikri Sağlar'ın konuşması;
- 3- İki başkan vekili ve iki sekreter seçimi;
- 4- Yönetim Kurulu ve Denetim Kurulu raporlarının görüşülmesi;
- 5- Milli Komisyon Yönetmenliğinde değişiklikler yapılmasına ilişkin Yönetim Kurulunun önerisi;
- 6- Gelecek Genel Kurulun yerinin saptanması;
- 7- Kapanış.

Saadet Günay, TRT
Doç. Dr. Erol Gömülgen, Devlet Opera ve Bale
Naci Akbalık, PTT
Kaya Dorsan, Basın, Yayın ve Enformasyon
Vecdi Seviğ, AA

Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Oluş Arık, Prof. Dr. Mahmut Adem, Prof. Dr. Arşın Aydınuraz, Prof. Dr. Necdet Serin, Prof. Dr. Ahmet Çakır

Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Hikmet Sebüktekin, Prof. Dr. Muammer Dizer
Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Akın Süel
Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Gönül Öney
Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Emel Doğramacı
İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Gönül Öney
İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Özer Bekaroğlu, Prof. Dr. Gündüz Atalık

Mimar Sinan Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent Özer, Prof. Dr. Cevat Çapan
ODTÜ
Prof. Dr. Şefik Süzer, Prof. Dr. Hulusi Bülent Ertan
Milletlerarası Tiyatro Enstitüsü: Recep Bilginer
Milletlerarası Müzeler Konseyi: İlhan Temizsoy
Uluslararası Anıtlar ve Siteler Konseyi

Prof. Dr. Ümit Serdaroğlu
Gazeteciler Cemiyeti (İstanbul)
Selami Akpınar
Türkiye Kimya Derneği
Prof. Dr. Ali Rıza Berkem
İTÜ Yüksek Mühendisler Birliği Mustafa Dayı
Türkiye Tabiatını Koruma Derneği Ekrem Demetçi
Türkiye Kadınlar Konseyi
Enise Arat
Klasik Çağ Araştırmaları Kurumu

Prof. Dr. Suat Sinanoğlu
Tanınmış Şahsiyetler
Prof. Dr. Ziya Bursalıoğlu, Prof. Dr. Kemal Güçlüoğlu, Prof. Dr. Namık Kemal Pak, Prof. Dr. Acar Işın, Prof. Dr. Bozkurt Güvenç, Prof. Dr. İlber Ortaylı, Prof. Nevit Kodallı, Prof. Dr. İnci Enginün, Hıfzı Topuz, Refik Erduran

Unesco Yürütme Kurulu Temsilcisi: Prof. Talat Halman

Unesco Asya

Pasifik Toplantısı

Asya-Pasifik ülkeleri Unesco Milli Komisyonları toplantısı 3 Kasım - 4 Aralık 1992 tarihlerinde Canberra'da yapılacak.

Toplantıda Türkiye'yi Komisyon başkanı Prof. Dr. Suat Sinanoğlu, Genel Sekreter Gaye Oymak ve Yürütme Kurulu üyesi Prof. Dr. Emel Doğramacı temsil edecek.

İLETİŞİM DÜNYASI

Sahibi
Unesco Türkiye Milli Komisyonu
Adına
Prof. Dr. Suat Sinanoğlu
Sorumlu Yayın Müdürü
Hıfzı Topuz

Yazışma Adresi:
Unesco Türkiye Milli Komisyonu
İletişim Komitesi
Göreme Sokak No: 7
Kavaklıdere - ANKARA
Fiyatı: 1000 TL.
Yapım: Anadolu Matbaası - İST.

Unesco Türkiye Milli Komisyonu:
Suat Sinanoğlu, Oluş Arık, Emel Doğramacı, Nihat Bilgen, Recep Bilginer, Hamdi Binay, İsmet Birsal, Ziya Bursalıoğlu, İlker Erbil, Bozkurt Güvenç, İlber Ortaylı, Hayriye Sezgin, Uygur Tazebay, İlker Temizsoy.