

BAŞYAZI

**Düşünceye Kapalı
TV Kanalları**
Hıfzı Topuz

Türkiye'de bugün izleyebildiğimiz yerli TV kanallarının sayısı 10'u aşıyor. Çanak antenlerle izlenen yabancı TV kanallarını bu sayıya katmıyorum.

Neler sağlıyor bize bu kanallar? Her şeyden önce varyete programlarında, yerli ve yabancı filmlerde, yarışmalarda ve dizilerde çoğulculuk ve geniş seçim olanakları.

Ya habercilik ne oluyor? TRT'nin partiler açısından dengeli haber programlarının yanı sıra bazı özel kanallarda şimdi zaman zaman çarpıcı haberler duyabiliyoruz. Ama bunlar yeterli mi?

Türkiye'de çok önemli olaylar oluyor, türlü soruşturmalar, sabahdan akşama kadar süren paneller, sempozyumlar, konferanslar.. Bunlara siyasal yaşamda rol oynayan liderler, düşünürler, üniversite öğretim üyeleri katılıyor. Yeni düşünceler ortaya atılıyor, yeni çözümler öneriliyor. Katılımcular liderleri köşelere sıkıştırıp ter döktürüyorlar, türlü kararlar alınıyor..

Bu tartışmalar olurken salona bakıyorsunuz, tek bir gazeteci yok. Televizyoncular ise açış konuşmalarını çekip salondan çoktan ayrılmışlar.

Ertesi sabah gazetelere bakıyorsunuz, Türkiye'ye yön verecek önerilerden tek satır yok. Bir ya da iki gazetede bir resim ve dört satırlık bir resim altı yazısı, belki bir gazetede de tek sütun üzerine altı satırlık bir haber!

Peki, hangi haberler ön plana çıkartılmış diye bakıyorsunuz, magazin haberleri, partilerin iç çekişmeleri ve terör olayları.

TV kanalları olayların kuru güvültüleri ile yetiniyorlar, yorum getiremiyorlar. Düşünce oluştur-

Çağdaş İletişimin Ulusal Kültürlere Yararları ve Zararları

Mali'de ilk kez demokratik seçimlerle devlet başkanlığına getirilen Unesco-ICOM başkanı Alpha Konaré TV'nin Üçüncü Dünya ülkelerinde başı boş kaldığı zaman kültürel açıdan zararlı olabileceğini vurguluyor.

Geçen yıl Unesco'da Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM)'un başkanlığına seçilen Malili eğitim uzmanı ve kültür araştırmacısı Alpha Oumar (Ömer) Konaré geçen aylarda yapılan demokratik seçimlerle Mali devlet başkanlığına getirildi. Unesco'da ün yapmış bir kişinin devlet başkanlığına seçilmesi Paris'te sempati ile karşılandı. Bugün 47 yaşında olan Konaré Varşova'da arkeoloji eğitimi gördükten sonra 32 yaşında Gençlik, Kültür ve Spor Bakanlığına getirilmiş, ama o zamanki Devlet başkanı Mousa Traoré ile anlaşamayarak görevden ayrılmıştı.

Alpha Konaré 1983'te Jamaana Kültür Kooperatifini kurdu. Jamaana adında da Bambaraca bir dergi yayınladı. Jamaana okuma yazma bilmeyen köylülere sesleniyordu. Kooperatif bunun yanı sıra Sorofe (Bülbül) adında kasetler yayınlamaya başladı. Amaç okur yazar olmayanlara kasetlerle birşeyler anlatabilmektir.

Alpha Konaré bunlarla da yetinmedi, 1989 Martunda Les Echos (Yankılar) adında bir gazete yayınladı. Gazetenin tirajı kısa zamanda 30 bine yükseldi. Köylüler ve gençler kendisini destekliyorlardı. Konaré bunların yanı sıra birkaç kitap yazdı. Hükümet Konaré'ye kötü gözle bakıyordu. Konaré yılmadı siyasal eylemlere girişti. Traoré devrildikten sonra da Mali'de Demokrasi için Birlik (Adema) partisinin desteğiyle seçimlerde Devlet başkanlığına aday gösterildi ve ka-

zandı.

2 Şubat 1993 tarihli Le Monde gazetesinde Konaré ile yapılmış uzun bir konuşma yayımlandı. Konaré bu konuşmasında eğitim, kültür ve iletişim konularında şunları söylüyor:

"Afrika'da bir eğitim bunalımı vardır. Mali bağımsızlığa kavuşalı 30 yıl oldu ama, ülkede okur yazar sayısı gittikçe azalıyor. Çocuklar okula daha az gidiyorlar. Bu bir tragedya. Ülke demokratik bir sürece kavuştu ama, biz yeni kuşakların demokrasi sürecine katılmalarını nasıl isteyebiliriz.

Sömürgecilik döneminde eğitimin amacı sömürge yönetimini gerekli kadroları yetiştirmektir. 30 yıldır pek bir şey değişmedi. Okullar işsiz insanlar üreten birer fabrika oldu. Okullardan çıkanlar ülkenin gerçeklerini kavrayamıyorlar. Çünkü okullar ne yerel kültürleri gözönünde bulunduruyor, ne de çevre sorunlarını. Okullar çocuklara yabancı bir dille sesleniyorlar. Eğitim sistemini düzeltmek için işe bugünkü sistemi yıkmakla başlamak gerekir.

Yarının okullarında ülkenin geleneklerinin tartışılmasına, sağlık, çevre, yurttaşlık bilgisi, tarih ve coğrafya konularına ağırlık verilmelidir.

Demokrasi ve köktendincilik

Afrika'nın bağımsız yıllarında her ülkede tek parti rejimi kuruldu. Bu rejimlerin her yerde

Sosyal Etik ve Media

Prof. Dr. Niyazi Öktem

Günümüzde toplum, güçlenen media karşısında hangi konumdadır? Alınan mesaj nasıl algılanmakta, ne tür bir reaksiyon meydana gelmektedir?

Günlük yaşamın sıkıntıları, rutin süreç içinde media bizlere "pembe" bir dünya çizmektedir. "Sabun köpüğü" diziler, bir yandan analize dayanmayan yüzeysel bilgilerle insanlara yüzeysel bilgiçlik sağlayan yarışma programları bizleri insan olmak erdeminin getirdiği akılsal boyuttan uzaklaştırmaktadır. Media sadece heyecan yaratması nedeniyle birçok konulara yer vermektedir. Bu durum kuşkusuz, felaketten menfaat elde etmekten başka bir şey değildir.

Media kanımızca uzun vadeli düşünmemekte, çıkar güdüsü mesajın aktarımında ön plana geçmektedir. Oysa hümaniter sorunlar, çevre olgusu üzerinde ciddi ve çıkarı ikinci plana atıcı çalışmalar yapılsa media sosyal etik açısından görevini yerine getirir. Kitleleri son derece etkileyen media sadece rantabilite ve kâr kaygısıyla hareket etmez, toplumsal etik onun birinci hedefi olmalıdır. Ruhlara kapkaççılığın, talan ekonomisinin yerleştiği bir dönemde, etik'i savunmanın hamhayal (ütopya) olduğunu düşünmüyor da değiliz.

Demek ki, günümüzde yapılan yayın önce bir pembe dünya göstermekte, ciddi konularda da çıkar güdüsü ön plana gelmektedir.

Hedef kitle klasik ve çağdaş kültür yapısıyla donanmış olsa, reaksiyon rasyonel olabilir. Oysa hedef kitle özellikle televizyonun karşısında büyülenmekte, yeni Olimpos dağının yeni Tanrılarının etkisinde kalmaktadır. Hedef kitlenin alternatifi yoktur. Bir dönemlerde TRT'nin tek kanalında gösterilen klasik dizilerden artık eser kalmamıştır. Hiçbir özel media kuruluşu köklü, klasik kültüre yer vermemektedir. Oysa tüm aydınların o

dönemlerde klasik dizileri izlemek için heyecanla beklediklerini bilmekteyiz. Yani, bu alanda bir hayli izleyici potansiyeli vardır. Son aylarda özel radyo istasyonları açılmıştır, ama hiç birinde klasik Türk veya klasik Batı müziğine yer verilmemektedir. Oysa bu tür müziklerin de ülkemizde geniş bir hedef kitlesi vardır.

TRT'nin yaptığı kültür yayınları kuru olmaktan çıkarılarak cazip hale getirilebilir. Kültür "İbişli kuklalık" olan bazı deyim, rakam ve isimleri ezbere bilmek değil, analiz ve sentez kabiliyetini ortaya koymaktır.

Sosyal etik insansal değerlerle doğa bilimleri ve tekniği sentezleştirilme olgusudur. Bizde media sadece tekniği ön plana çıkarmakta, onun gücünden yararlanarak sadece ve sadece çıkar sağlamayı düşünmektedir. Gazetelerin Ansiklopedi savaşı hedef kitleyi kültür adına manipüle etmenin son örneğidir. Kuşkusuz gazetelerin kültür promosyonları yapması sosyal etik açısından yerinde bir tutumdur, ama bunu savaşa dönüştürmek, birbirini karalamak kültüre katkı değil, kâr ve rantabiliteyi arttırmaktır.

Çernobil olayı savsaklanan bir facianın yıllar sonra çıkışının öyküsüdür. Sosyal etik'e zamanın yöneticileri uymamışlar, kendi iktidar güçlerine gölge gelmemesi için doğruyu söylememişlerdir. Media da başka alanlarda aynı tutum içindedir. Acılarını yıllar sonra çocuklarımız çekecektir. Orta vadede birbirlerine çamur atan, Ansiklopedi savaşını sürdüren taraflardan sosyal etik'e daha az dikkat edeni yok olup gidecektir.

Dünyayı büyük ideolojilerin, dinsel doktrinlerin düzeltilmediğine tarih tanıktır. Tam olarak kuşkusuz bir "dünya cenneti" yaratmak olanaksızdır. Ancak media çağında eldeki büyük güçle doğru, sağlıklı, hümanist mesajlar aktarılır, sosyal

etik'e uyulursa çocuklarımız daha erinçli bir dünyaya kavuşur.

Sosyal etik'e uymayan tek yönlü media'da propaganda yapan totaliter faşist, nasyonal sosyalist ve komünist devletler yok olup gitmişlerdir. Acılarını çocukları çekmiştir.

Hedef kitle reaksiyonunda pasif olabilir, ancak günü geldiğinde uyutulduğunun farkına varınca çok büyük bir bunalıma girerek şiddet gösterebilir.

"Bırakınız yapınlar, bırakınız geçsinler" formülü alternatiflerin çok olduğu ülkelerde sakıncalı olmayabilir. Kaldı ki oralarda bizden çok daha fazla hümanist ve kültüre dayalı mesajlar verilmekte ve insansal yönelimler kitle örgütleriyle gündeme gelmektedir.

Aklımızı devşirmenin zamanı gelmiştir. Kökeni Hint, Antik Yunan, İslâm'ın Altın Çağı, Rönesans, Aydınlanma Çağı, Doğal haklar ve özgürlükler anlayışıyla biraraya gelen insanlık "altın zincirine" ters düşmememiz gerekir. O zincir rasyonalist temele dayalıdır; o zincir sevgiyi, kardeşliği, insanın insan tarafından sömürülmemesini esas alır. O zincir yaşam için çıkarın önemini bilincindedir, ama bunu istismara dayalı olarak gerçekleştirmenin yanlışlığını kavramıştır. O zincir ahlaka uygun davranmanın gerçek, sağlıklı, eşit, özgür çıkar dengesi ortamı yaratacağını bilir.

Media'nın ölçüt alacağı değerler sistemi ve aktaracağı mesajda bu "altın zincir"e, yani klasik kültüre, çağdaş kültür sentezine, insan haklarına ve hümanist ilkelere dayalı olmalıdır. Hedef kitle böyle bir yaklaşımla karşılaşırsa tepkisi çok daha anlayışlı ve sevecen olur; böylelikle güçlü media da insanlığa hizmet eder. Bu tür bir hizmet çıkar da getirir. Bu tür çıkar getirdiği kazanç daha kutsal, daha ahlaklı ve daha insancıldır, ama uzun vadede gerçekleşir.

Fransa'da "Audiovisuel Yüksek Konseyi" nedir?

Fransa'da 17 Ocak 1989 yasasıyla kurulan **Audiovisuel Yüksek Konseyi** radyo ve TV alanında tarafsızlığı sağlamaya yönelik bir kurumdur. Konseyin 9 üyesi vardır. Toplantı gündemini başkan hazırlar ve Konseyi gerekli gördüğü zaman toplantıya çağırır.

Üyelerin görev süresi üç yıldır. Yaşları 65'in altındadır.

Üyelerin üçünü Devlet başkanı seçer, üçünü Senato başkanı, üçünü de Meclis başkanı.

Konseyin önemli yetkileri Devlete bağlı TV kurumlarının genel müdürlerini atamaktadır. **Antenne 2** ve **FR3** diye adlandırılan Devlet TV kanalları bir süre önce tek bir genel müdürlüğe bağlandığı için Konsey bu iki kurumun ortak başkan-genel müdürünü üç yıl için atar. **Radio-France** ve **Radio-France International** denen devlet radyolarının başkanlarının atanmasını da onaylar.

Konseyin en önemli bir görevi de radyo ve televizyonlara frekans dağıtmaktır. Radyolara ayrılan frekanslar 5 yıl, TV'lere ayrılan frekanslar da 10 yıl için geçerlidir.

Konsey Kablolü TV şebekelerine 20 yıllık işletme imtiyazı verir. Uydu yayınları da Konsey'in iznine bağlıdır. Uydu imtiyazı 10 yıl için geçerlidir. Konsey her çeşit frekans ve imtiyaz dağıtımında adayları dinler, dosyaları inceler ve bir seçim yapar. Kamu sektöründen gelen adaylara öncelik tanınır.

Görevleri

Konseyin bir denetim görevi vardır. Konsey yasaların koruyucu-

sudur.. İletişim özgürlüğü yasalara saygıyı gerektirir, yoksa sınırsız bir özgürlük yoktur. Özgürlüğün sınırı yasalar ve başkalarının haklarıdır. Konsey düşüncelerde çoğulluğu sağlamaya özen gösterir. Seçim kampanyaları sırasında özel TV'ler, kablolu TV şebekelerinin, yerel radyoların yasaları çiğneyerek adaylar arasında eşitsizlik yaratmalarını önler.

Konsey özel TV'lerin yerli film üretimini desteklemelerini sağlamaya çalışır. TV'lerin yılda 200 yerli film göstermeleri zorunluğu vardır.

Konsey çocukların ve gençlerin korunmasını sağlayacak önlemler alır.

Konsey Fransızcanın koruyucusudur.

Konsey reklamcılığı da denetler, reklamların aldatıcı olmalarına karşı önlem alır.

Bu denetim işlerini yapabilmek için Konsey her yıl ulusal TV'lerin yayınladıkları yaklaşık 50 bin saatlik programları izler. Bunun yanı sıra bölgesel, yerel TV'lerin ve kablolu TV şebekelerinin yayınladıkları 735 bin saatlik programları da sondaj yoluyla denetler.

Bütün bu denetim işleri elbette yalnız Konsey üyeleriyle yapılamaz. Konseyin geniş bir teknik kadrosu vardır. Programları onlar izler.

Konseyin kadrosu şu bölümlerden oluşur:

- İmtiyaz verme ve ekonomik incelemeler servisi: 13 kişi;
- Araştırmalar servisi: 4 kişi;
- Programları izleme servisi: 53 kişi;
- Frekanslar servisi: 22 kişi;

- Radyolar servisi: 29 kişi;
- Radyolar denetim servisi: 159 kişi;

- Hukuk işleri: 10 kişi;
- Dokümantasyon: 9 kişi;
- Dış ilişkiler: 6 kişi.

Böylece Konseyin 300'ü aşkın bir personel kadrosu ile çalıştığı görülür.

Üyeler

Konseyin şimdiki başkanı **Jacques Boutet** 6 yıl için seçilmiştir. Danıştay üyesidir. "**Ecole Nationale d'Administration**" (ENA) çıkışıdır. 1981-82 yıllarında TV Birinci Kanalını yönetmiştir.

Üyelerden biri **Francis Balle**'dir. Uzun yıllar Fransız Basın Enstitüsünün müdürlüğünü yapmış olan **Francis Balle**'in birçok Türk öğrencisi olmuştur. **Balle** Senato başkanınca Konsey üyeliğine seçilmiştir.

Konseyin öteki üyeleri arasında **Roland Faure**, **Roger Burnel**, **Monique Dagnaud**, **Daişy de Galard** gibi ünlü gazeteciler ve iletişim uzmanları yer alır.

TV kanalları ve radyolar yasalarına ve verilen imtiyaz gereğince kendilerine tanınan sorumluluklara uymadıkları zaman Konsey önce uyarılarda bulunur, sonra yayını bir ay için durdurur, imtiyaz süresini kısaltır, imtiyazı tümüyle geri alır, ayrıca para cezası da verir. 1992'de TFI'e 30 milyon Fransız fransı, 1989'da Beşinci Kanal'a da 5 milyon Fransız fransı ceza verilmiştir.

Konseyin kararları ve çalışmaları çeşitli eleştirilere konu olur. Başkanın üyeler üzerinde büyük etkisi olduğu öne sürülmektedir. Konseyin tarafsızlığı genelde saygınlık uyandırmıştır.

H.T.

Amerikan Seçimlerinde Siyasal İletişim Kampanyaları

“Interaktif Talk-Show”lar seçimlerde çok ilgi topladı.

Amerikan seçimlerinde televizyonun oynadığı rol üzerinde yıllardan beri sayısız araştırma yayınlanır. Geçen Kasım'da yapılan seçimler öncesi kampanyalarda çeşitli açılardan değerlendirildi. Dergimizde bu araştırmalardan seçmelere yer veriyoruz:

Son seçimlerde ABC, NBC ve CBS tecimsel zorunluluklarla, seçim kampanyalarına ayırdıkları zamanları kısıtladılar. Televizyon kurumları normal programlarını değiştirerek bunların yerine seçim konuşmaları koydukları zaman izleyicilerin azaldığı görülüyor. Örneğin CBS böyle böyle bir program değişikliğine yönelerek New York valisi **Mario Cuomo**'nun konuşmasını yayınladığı zaman reklam gelirleri bir milyon dolar eksildi.

1968 seçimlerinde bir Televizyon şebekesindeki izleyici sayısının 9 milyon olmasına karşılık son seçimlerde bu sayının 5 milyona düştüğü belirtiliyor. Buna karşılık **Roseanne** gibi bir dizi 14 milyon kişi tarafından izleniyor.

Amerika'daki iki büyük partinin konvansiyon toplantısını CNN'de izleyenlerin sayısı 2 milyonu, yani ABC, NBC ve CBS gibi ulusal TV yayımlarının yanı sıra kablolu TV şebekeleri güç izleyici kazanıyorlar. CNN geçen yıldan beri “**Inside Politics**” adlı günlük bir politika programı yayınlıyor. CNN seçimler sırasında da **Democracy in America** adlı bir dizi yayınladı.

Seçimler üzerinde en geniş bilgi ve haberleri **C-Span (Cable Satellite Public Affairs Network)** adlı kanallar verdi. Bu kanallar Kongre çalışmalarını da doğrudan ve kesintisiz yayınladılar.

C-Span 1 Kanalı Demokrat Partinin Konvansiyonunu yansıttı. **C-Span 2** de önceki seçimlerden görüntüleri verdi.

Seçim kampanyalarına yer veren öteki kanallar da şunlar oldu: **BET (Black Entertainment Television)**, **CNBC (Consumer News and Business Coverage)**, **Nostalgia Channel** (yaşlılara yönelik bir kanal), **The Learning Channel** (sürekli eğitim kanalı), **Comedy Central**.

1948'deki seçimlerde Amerika'da 400 bin TV alıcısı vardı,

1952'de bu sayı 19 milyona yükseldi, bugün ise 92 milyon

1952 seçimlerinde Stevenson televizyon kampanyasını küçümseyerek “**Böyle bir kampanya Amerikalıları düş kırıklığına uğrattır. Biz Palmolive yerine Ivory Soap kullanın demiyoruz ki**” demişti. Eisenhower televizyondan yararlandı, seçimi kazanmasında bunun geniş bir etkisi oldu mu acaba? Bilemeyiz.

1968'de **Nixon** da önceleri Televizyona çıkmayı küçümsüyor ve **Kennedy** için “**Karşımdaki adayın seçimi kazanmak için TV gibi bir oyuncağa bel bağlaması inanılır gibi değil**” diyordu. Ama seçimler TV'nin nasıl önemli bir rol oynadığını kısa zamanda kanıtladı.

Son seçim kampanyalarında bağımsız adam **Ross Parot** kendi adaylığını ilk kez doğrudan TV ile açıkladı.

Bill Clinton MTV adlı müzik kanalında saksafon çaldı ve yine MTV kanalında “**Choose or Lose**” adlı programda bir buçuk saat 18-24 yaşındaki gençlerin sorularını yanıtladı. **Bush** ise bu program konusunda “**Ben bu ekmeği yemem**” demekle yetindi.

Şimdi Amerika'da “**Inter-aktif (Sorulu-yanıtlı) Talk-Show**” programları çok ilgi uyandırıyor. İzleyiciler adaylara telefonla sorular yöneltiyorlar, herkes bu tartışmalara katılıyor.

Vaşington'daki **Center for Me-**

dia and Public Affairs'e göre 1991 Ekiminden beri **Bush**'a televizyonlarda geniz ölçüde yer verilmemiş olması kendine kamuoyunda puan yitirtmiş. Adı geçen merkezin siyasal yöneticisi **Richard Noyes** bu konuda şöyle diyor:

“TV şebekeleri politikacıları genelde sevmezler. Şebekelerin habercilik anlayışlarına göre olayların hep olumsuz ve çelişkili yanları vurgulanır.

Adaylarla seçmenler arasında giren gazeteciler seçim sürecini çok olumsuz bir yöne itmiştir.”

TV yöneticileri çoğu zaman haberle eğlenceyi birbirine bağlamaya çalışıyorlar. Bundan “**Infertainment**” (**Info-divertissement**) diye adlandırılan yeni bir program türü ortaya çıkıyor. Haberle eğlence ve gösteri birbirine karışıyor. Seçmenler adaylara her konuda sorular soruyorlar. CNN yöneticileri bunun demokrasiye yardım ettiğini ve genelde seçmenlerin adaylara sordukları soruların gazetecilerinkinden çok daha canlı ve gerçekçi olduğunu söylüyorlar. Bu tür konuşmalar seçmenleri daha çok etkiliyor.

Clinton'un danışmanı

Gazeteler **Bill Clinton**'un yeni bir danışmanından söz ediyorlar. **Sitcom** (Situation comedy), yani, gerçek olayları ekrana getirerek program düzenleme uzmanı olarak tanınan **Linda Bloodworth-Thomason** adındaki bir danışmanın Clinton'un kampanyasında çok etkili olduğu söyleniyor. Bu yeni danışman şöyle diyor:

“**Bill bütün forumlarda konuşacak, ister haber formu olsun, ister varyete. Kültürel bakımdan biz snob değiliz. Amerika çok muazzam bir ülkedir, her yere gidip konuşamazsınız, media'lara da güvenemezsiniz. Her işi kendiniz doğrudan göreceksiniz. TV bir adayı ne yüceltir, ne de küçültür. Her iş size bağlıdır. Ben sizi boş bir deniz kabuğu ile aldatmak istemiyorum. Kabuğun içinde harika bir ürün olduğunu göreceksiniz.**”

Amerika'da Seçim Kampanyalarının Bilançosu:

Bush "Benim köpeğim dış politikayı Clinton'dan daha iyi bilir" demişti.

Son Amerikan seçimlerinde TV tartışmalarının birinci turu 12 Ekim 1992'de başkan **Bush**, Demokrat Parti adayı **Bill Clinton** ve bağımsız aday **Ross Perot** arasında düzenlendi.

Gözlemciler o tartışmada **Perot**'nun ağırlığını koyduğunu ve tartışmaya onun yön verdiğini söylediler. 600 kişinin izlediği tartışma Missouri'de **Saint-Louis Üniversitesi** Konferans salonunda yapıldı. Bunların dörtte birini Cumhuriyetçi Parti çağırıyordu, dörtte birini Demokrat Parti, dörtte birini **Ross Perot**, dörtte birini de tartışmayı düzenleyen örgüt. Toplantı 70 milyon TV izleyicisi tarafından izlendi.

Adaylar toplantıda 4 gazetecinin sorularını yanıtlayarak birbirleriyle tartıştılar. Toplantıda üzerinde durulan konular şunlar oldu:

-**Bush**, İngiltere'de 1969-70 yıllarında Vietnam savaşına karşı gösterilere katıldığı için **Clinton**'u suçladı ve "İnsanın yabancı bir ülkede kendi ülkesine karşı yapılan gösterilere katılmasını onaylamıyorum" dedi, kendisinin ise 19 yaşındayken Pasifiklerde bir bombardıman uçağına kumanda ettiğini söyledi.

-Ondan sonra da **Clinton**'un gençliğinde bir öğrenci grubuyla Moskova'ya gittiğini ve bu gezinin **KGB** tarafından düzenlendiğini öne sürdü.

-**Bush**'un bu savları hiç de hoş karşılanmadı. **Perot** bile bu konuda **Clinton**'u savundu. **Clinton** da şöyle dedi:

"Benim vatanseverliğimden şüphe ettiğiniz anlaşılıyor. Beyaz Saray'ın bana karşı bir komplo düzenlediğini görüyorum. Sizin İkinci Dünya Savaşındaki hizmetlerinize saygım var. Ben Vietnam Savaşına karşıydım ama, ülkemi seviyorum."

-**Clinton** **Bush**'un babası **Senator** **Drescott Bush**'un da bir zamanlar **McCarthy**'ye karşı çıktığını anımsattı.

-Tartışmanın ondan sonraki bölümlerinde ekonomik sorunlar üzerinde duruldu ve dış politika sorunları tartışıldı. **Bush**:

"Amerikan çocukları artık nükleer savaş korkusuyla uyumuyorlar, Doğu Avrupa ve Baltık ülkeleri özgürlüğe kavuştu" diyerek konuşmasını sürdürdü.

16 Ekimde yapılan ikinci TV tartışması da karşılıklı suçlamalara geçti.

Üçüncü Tartışma

19 Ekim **Michigan Üniversitesi**nde yapılan son tartışmada yine **Bush**, **Clinton** ve **Perot** karşılaştılar. **Clinton** artık bir başkan havasıyla konuşuyordu. **Bush** ise yorulmuştu. kendi söylediği sözlere inanan bir havası vardı.

Birinci tartışmayı 80 milyon kişi izlemişti, ikinciyi 87 milyon, üçüncüyü de 90 milyon. Bundan önce en çok sayıda insan tarafından izlenen tartışma 1980'de **Reagan-Carter** tartışması olmuş ve onu 81 milyon kişi izlemişti. 1988'deki **Bush-Dukakis** tartışmasını izleyenlerin sayısı ise sadece 52 milyonu.

90 dakikalık bu son tartışma, baştan sona kadar **Clinton**'un egemenliği altında geçti. **Clinton** gerek **Bush**'a, gerek **Perot**'a karşı hep saygılı davranmaya çalıştı. Ekonomik konularda çok hazırlıklı olduğu ve bütün fişleri ezberlediği görülüyordu.

Bush bu tartışmada da dönüp dolaşık konuyu **Clinton**'un Vietnam savaşından kaçmasına getiriyordu. **Clinton** bu konuda kendine çok güveniyor ve onaylamadığı bir savaşa katılmadığını söylüyordu.

Bush ise "Abraham Lincoln de başlangıçta İç Savaşa karşıydı ama, sonra savaşa katıldı, kötü bir başkan da olmadı" dedi.

Clinton **Bush**'un Körfez Savaşına karşı çıkmadığını ve "Çöl Fırtınası" operasyonunu da onayladığını belirtti.

İşsizliğin önlenmesi konusunda adaylar arasında görüş birliğine

varılamadı. **Perot** Devletin bütçe açığının önlenmesi üzerinde durduktan sonra şöyle dedi: "Ülkemiz yabancı çıkarlara satılmıştır. Önlem alamazsak on yıla kalmaz uçak endüstrisi yok olur. Bakın daha şimdiden Airbus Avrupa devletlerinin egemenliği altına girdi."

Perot, **Bush**'un dış politikası konusunda da şunları söyledi: "Panama diktatörü **Noriega**'yı siz yarattınız. Irak'ı siz silahlandırdınız. **Saddam Hüseyin**'e, dilediği zaman **Kuveyt**'i istila edebileceğini siz söylediniz."

Bush bunları yanıtlarken "Biz Irak'ı uluslar ailesinin içine çekmek istiyorduk" demekle yetindi.

Bu arada bir de **Irakgate** olayından söz edildi. **Bush** Amerika'dan buğday alması için Irak'a borç verildiğini kabul etti, ama bu parayla Irak'ın silah satın aldığı yolundaki iddiayı doğru bulmadı ve **Irakgate** konusunda kesin hiçbir kanıt olmadığını söyledi.

Seçim kampanyalarında üzerinde durulan önemli olaylardan biri de **Irangate** olayı oldu. Ocak 1986'da **Beyaz Saray**'da yapılan bir toplantıda **Lübnan**'daki Amerikan rehinelere kurtarılması karşılığı **İran**'a yasa dışı yollarla silah verildiği öne sürüldü. **Bush**, her zaman olduğu gibi, yine bu savlara karşı çıktı.

Tartışmalar çok sert oldu.

Adaylar arasındaki tartışmalar genelde çok sert ve kırıcı oldu. **Bush** **Clinton**'u gözden düşürmek için D.P. adayını vatan hainliği ile suçladı, **Clinton** seçilecek olursa Birleşik Amerika'nın felakete sürükleneceğini öne sürdü, dış politikadan söz ederken de,

"Benim köpeğim **Milli** dış politikayı **Bill Clinton** ve yardımcısı **Albert Gore** adındaki bu iki "zığoto"dan (palyaço) daha iyi bilir" dedi.

Gore'a karşı yaptığı bir saldırıda da "Bu kişiye ben **Bay Ozone** diyorum", dedi. Çünkü ekoloji ko-

devamı 14. sayfada

Ekvator'da Özgür Halk Radyoları

Birçok ülkede gelişen özgür, bağımsız ve yerel radyolar son 10-12 yıl içinde Ekvator'da da gelişti. Bugün bu küçük Latin Amerika ülkesinde 15 özgür ve yerel radyo var.

Bu radyoların ilkinin 1980'de papazlar kurmuş. Bu iş nasıl olmuş? İlk olarak genç bir papaz halkı aydınlatmak için böyle bir özgür radyo girişiminde bulunmuş. Papazın amacı "Campesinos" denilen köylülere, kızıl derili dediğimiz yerli halka, yani İndios'lara kendi seslerini duyurabilme olanağını sağlamakmış. Radio Latacunga denilen ilk yerel ve özgür radyo Ekvator'da böyle kurulmuş. Başkent Quito'da Unesco'nun desteği ile açılan gazetecilik eğitim merkezinde yetiştirilen gazeteciler de bu projenin gelişmesine yardımcı olmuşlar. Onların desteğiyle bölgede 7 kayıt stüdyosu kurulmuş. Köylüler bu kayıt kabinlerine gelerek sorunlarını anlatmaya başlamışlar, banda alınan sesler hemen ertesi gün Latacunga radyosunda yayınlanınca köylüler bu radyoya olağanüste bir ilgi göstermişler.

Kısa zamanda "Halk Radyoları" denilen bu radyoların benzerleri bütün Ekvator'da kurulmuş ve o zamana kadar sessiz azınlık diye adlandırılan İndios'lar seslerini duyurmaya başlamışlar. Yüz yıllar boyu çok ezilen, horlanan ve halkın üçte birini oluşturan İndios'lar radyo devriminden sonra kendi dilleri olan Quenhua'yı onurla konuşma olanağını kazanmışlar.

Radyo programları halkı eğitecek ve aydınlatacak bir biçimde düzenlenmiş: Sağlık sorunları, ormancılık ve tarım alanında öneriler, yurt bilgisi ve dil dersleri.. Radyolar Ekvator'da bir devrim yaratmış. Önceleri Hristiyanlığı yaymak için kurulmuş olan radyolar kısa zaman-

da halkın yönetimine geçmiş ve Hristiyanlık ikinci planda kalmış

İndios'lar kendi aralarında örgütlenerek önce dernekler kurmuşlar, sonra da bir federasyon. Radyolar haciendera denilen büyük toprak sahiplerinin baskılarına karşı bir direniş aracı olmuşlar. Toprak sahiplerini destekleyen hükümetler de zaman zaman halk radyolarına karşı gelerek yayın izinlerini geri almaya yönelmişler. Radyolar İndios'ların bilinçlenmesine yardımcı olmuş, halk radyoları aracılığı ile örgütlenmiş ve İndios'lar büyük bir güç kazanmışlar.

Geçen ay 1992 Nobel Barış ödülünü kazanan 33 yaşındaki Bn. Rigoberta Menchu da işte bu çevrelerden geliyor. O da bu bölgelerde yaşayan İndios'ların sorunlarına çare bulmak için savaşlar vermiş. Bn. Menchu İndios radyoları ile uzun süre sesini duyurmuş. Aynı bölge insanlarının sorunlarını yansıtan bir kişi de 1967'de Nobel Edebiyat ödülünü kazanan Asturias olmuştu.

Ekvator'da yüksek yaylalarda doğan yerel ve özgür radyolar bir süre sonra tecimsel radyoların rekabeti ile karşılaşmışlar. Bugün Ekvator'da 342 özel ve tecimsel radyonun olduğu anlaşılıyor. Bu özel radyolar reklam gelirleriyle yaşıyorlar, para kazanıyorlar, durumları çok daha iyi. Bol müzik programları yayınlıyorlar, gençler tecimsel radyoları dinliyor. Kilise radyolarının dinleyicilerini bunlar topluyor. Kilise radyoları da onlara ayak uydurmaya çalışıyorlar, reklam olarak durumlarını düzeltiyorlar. Radyolardan birini yöneten papazlardan biri "Bizim yaptığımız Kilise kapitalizmdir. Eğilim değişmeden kapitalist de olabiliriz. Paramız olduktan sonra mesajımızı iletmek daha kolay olur" demiş.

Gerçek özgür ve bağımsız radyolar ise türlü güçlükler içinde çırpınıyorlar. Vakıflardan, derneklerden yardım gelmiyor. Reklam da alamıyorlar, çünkü içki ve sigara içmeye karşı yayın yapıyorlar, politikacıları da karşılarına alıyorlar.

Ekvator'da halkın çıkarlarını savunmak kolay olmuyor. Nerede kolay ki?

Mustafa Gürz

RFİdünyada dördüncü durumda

Radio-France Internationale (RFI) dünyadaki dinleyici sayısını arttırmak için yeni aşamalara hazırlanıyor. Yakın yıllara kadar BBC, Voice of America ve Deutsche Welle gibi büyük radyo yayınlarını çok gerilerden izleyen RFI bir süre önce kullandığı yabancı dil sayısını 17'ye çıkartarak etkinliğini arttırmıştı. RFI'nin bu yıl Türkçe yayın yapacağı da bildiriliyor.

BBC ve Voice of America'nın dünyada sürekli 90'ar milyon dinleyicisi olmasına karşılık RFI'i sadece 30 milyon insan dinliyor. RFI yöneticileri öte yandan önemli olaylar olduğu zaman kendi seslerini 100-150 milyon insana duyurabileceklerini öne sürüyorlar.

Araştırmalara göre RFI bugün Voice of America, BBC ve Deutsche Welle'den sonra dünyada dördüncü sırada yer alıyor, kendisini 5 nci sırada Japonlar izliyor.

RFI'in amacı şimdi her ülkeye FM yayınlarıyla ulaşabilmek. Ama bunun çok zaman alacağı belirtiliyor.

BBC-WST 24 Saatlik Haber Programlarına Hazırlanıyor

Avrupa Ulusal TV'lerinin Kurduğu Euronews Ocakta Yayına Başladı

CNN ve Euronews'dan sonra BBC de Televizyonda 24 saatlik bir haber kanalı kurmaya hazırlanıyor. **BBC World Service Television (WST)** adı verilen bu kanal 1993 sonunda yayına başlayacak.

1991 Martunda BBC'nin bir dalı olarak kurulan WST devletten hiçbir yardım almadan yayınlarını sürdürecektir.

Geçen Kasımda deneme yayınlarına başlayan WST şimdi yalnız Asya'ya yönelik program üretiyor ve 24 saat yayın yapıyor.

BBC-WST Çinlilerin uzaya fırlattığı **Asiasat 1** adlı uyduyu kullanıyor. BBC'nin bu uyduyu aracılığı ile beş kanal üzerinden yayın yaptığı belirtiliyor. Müzik, haber ve varyete programlarından oluşan bu kanallar **Taiwan**'da ve **Hindistan**'da büyük ilgi görüyor ve devlet televizyonları ile rekabet ediyorlar.

BBC-WST yalnız 25 kişilik bir kadro ile çalışıyor ama, BBC'nin bütün haber bürolarından yararlanıyor. BBC'nin 50 bürosu ve 200 muhabiri olduğu düşünülürse **BBC-WST**'nin çok zengin bir kadrodan yararlandığı anlaşılır.

BBC-WST geçen Nisan'da Güney Afrika TV kanalı **M-Net** ile anlaşarak **Intelsat VI** uydusunu kullanma olanağını elde etti. **BBC-WST** bu uyduyu aracılığı ile günde 11 saat tüm Afrika'ya yayın yapacak.

Yeni İngiliz kanalı son zamanlarda bir Japon firmasıyla anlaşmış ve 1993 Mayısından itibaren tüm Japonya'ya yayın yapma olanağına kavuştu.

BBC-WST şimdi de Amerika'ya yönelik yayınlara hazırlanıyor. Sıra bundan sonra Avrupa'ya yönelik yayınlara gelecek.

CNN'in öteki rakipleri

BBC-WST'den başka kanallar da 24 saatlik haber programlarıyla CNN ve Euronews ile rekabete hazırlanıyorlar. Başlıcaları şunlar:

1) **MBC** (Middle-East Broadcasting Centre):

Suudi Arabistan sermayesiyle Londra'da kurulan bu TV kanalı **Arabsat** uydusuyla bir yıldan beri öğleden gece yarısına kadar Arapça haber programı ve dizi filmler ve röportajlar yayınlıyor. Program aralarında Kuran okunuyor. Yayınlar Fas'tan İran'a kadar Arapça konuşan ülkelerde izleniyor.

2) **NTV**: Geçen yıl yayına başlaması gereken bu kanal 24 Saat haber yayını yapacak ve Avrupa'da Almanca konuşan 90 milyonluk bir kitleye seslenecek. Amerikan **Time-Warner** grubunun NTV'yi desteklediği belirtiliyor.

Time-Warner grubu NTV'nin hisselerinin % 27'sini elinde bulunduruyor. Öteki hisselerin durumu da şöyle: **Nixdorf** grubu % 18, bir İngiliz ortaklığı % 27, **Rotchschild**'e bağlı bir Fransız ortaklığı % 9.

NTV'nin 230 kişilik bir personeli ve 1993 yılında 110 milyon marklık bir bütçesi olacak. Haber programları **inforainment** yani, haber-magazin karması olarak yayınlanacak.

3) **VOX**: Bu kanalı Alman Bertelsmann grubu kuruyor. **VOX**'un hisse durumu şöyle: **UFA** (Bertelsmann) % 24,9; **WMB** (Alman bankalar konsorsyumu) % 25,1; **Von Holtzbrink** basın grubu % 14,5 ve **Time-Warner**.

4) **ZDF**: Alman Devlet kanalı **ZDF**'nin CNN ile anlaşarak CNN programlarını Almanca olarak yayınlaması konusunda görüşmeler yapılıyor.

5) **İtalyan Superchannel'i**: İtalyan endüstri krallarından **Giancarlo Pirelli** eski İtalyan kanalı **Superchannel'i** Avrupa çapında bir haber yayını durumuna sokabilmek için girişimlerde bulunuyor.

6) **MICO**: Japonya'da **MICO** adındaki büyük bir program üretimi ve yatırım firması ünlü Japon TV kurumu **NHK** ile birlikte 24 saatlik bir

haber kanalının kurulması için hazırlıklar yapıyor. **MICO** tüm dünya ülkelerine seslenecek.

7) **Wordnet**: Amerika Devletinin resmi haber kanalı, günde 4 saat yayın yapıyor.

Euronews yayına başladı

Avrupa ortak TV kanalının Ocak 1993'te yayına başlayacağını Temmuz-Ağustos 1992 sayılı sayımızda belirtmiştik. Bu haber kanalına şu kurumlar katılıyor: **RTBF** (Belçika), **Cy Bc** (Kıbrıs), **ERTU** (Mısır), **RTVE** (İspanya), **YLE** (Finlandiya), **Antenne 2** ve **FR 3** (Fransa), **ERT** (Yunanistan), **RAI** (İtalya), **TMC** (Montecarlo), **RTP** (Portekiz).

Merkezi Lyon'da bulunan **Euronews**'da 250 kişi çalışıyor. Bunların yarısı gazeteci.

Avrupa Yayın Birliği başkanı **Scharf** "Bizim aramızda ne **Maxwell** var, ne **Murdock**, ne de **Berlusconi**. Biz kamu hizmeti veren kurumlardan oluşuyoruz" diyor.

Euronews öteki kanallarla rekabet etmeden tamamlayıcı bir haber kaynağı olarak 5 dilde yayın yapmayı amaçlıyor. Bu yeni Avrupa kanalı reklam gelirlerini arttırmak için kaliteyi de asla düşürmeyecek. Kurumun kurucularından Belçika Radyo TV Genel Müdürü **Roger Stephane** "Biz programların izlenme oranlarını gösteren **Audimat**'in çıkartacağı tabloların etkisi altında kalmadan ciddi bir savaş vereceğiz" diyor.

Avrupa Yayın Birliği Program Müdürü **Henri Perez** de şunları söylüyor:

"Euronews ne CNN'nin karşıtı bir projedir, ne de bir Avrupa CNN'i. Biz elli üyemizden gelen haberlerin bir sentezini oluşturuyoruz. 12 uydudan haber alıyoruz ve bunları 8 uydusu ile yayımlıyoruz.

Olur olmaz her şeyi yayımla-

devamı 14. sayfada

Görüntü Başına Ödemeli TV Sistemi Amerika'da Çok Gelişti

1982'de Amerika'da uygulanmasına başlanan PPV (pay per view) "görüntü başına ödeme" yöntemi ile TV izleyenlerin sayısının 30 milyona yaklaştığı belirtiliyor.

Bilindiği gibi Amerika'da bir yanda **genelci** (generalist) denen kanallar var. Bunlar gelirlerini reklamcılıktan sağlıyorlar. Bir yanda da "**tematik**" denen kanallar yer alıyor. Bunlar ücretli kanallar, ya kablo ile yayın yapıyorlar, ya Hertz dalgaları ile, ya da uydu ile. Bunları izlemek için ya kablo şebekelerine abone olmak gerek, ya da "**dekodör**" denen anahtarları dağıtan şebekelere. "**Tematik kanallar**" genelde belirli konularda program yayınlıyorlar: Spor, film, ekonomi gibi.

"Görüntü başına ödeme" yöntemi bunlardan çok değişik. Bu şebekeleri işletenler altı ay önce çıkmış filmlerden 5-10'unun listesini her gün abonelere sunuyorlar. Abone hangi filmi seçerse 3 dolar ödeyerek bunu televizyonunda izleyebiliyor. Dilerse 2000 filmlik bir listeden de film seçip bunu kendi ekranına getirebiliyor.

Görüntü başına ödeme yönteminin ilk önceleri pek başarılı olmıyacağı sanılıyordu. Ne var ki, 1980'de bu yöntemle çalışan üç şebekeye abone olanların sayısının 10 milyona, yıllık cironun da 100 milyon dolara yükseldiği görüldü.

1990'da ciro 247 milyona, 1991'de 400 milyona ve 1992'de de 600 milyon dolara yükseldi. Abone sayısının da 30 milyona yaklaştığı belirtiliyor.

Maç mı, film mi?

Görüntü başına ödemede aboneler sinemadan çok maçlara ilgi gösteriyorlar. Örneğin **Holyfield-Foreman** boks karşılaşmasında şebekeler 50 milyon dolar elde etmişler. Bu düzeyde üç maçın geliri,

yıllık film gösterilerinden elde edilen geliri aşıyor.

Amerika'da **Paul Kagan** Enstitüsünün yaptığı araştırmalara göre PPV yoluyla elde edilen ciro 1995'te 1 milyar dolara, 1998'de 2,11 milyar dolara, 2000 yılında da 3,18 milyar dolara yükselecekti.

TV'de izleyici araştırmaları

Televizyonlarda izleyici araştırmaları çoğu zaman geniş tartışmalara yol açıyor. Kanalların her biri kendilerine göre izleyici sayısını saptayıp ilân ediyorlar. Bunların ne ölçüde doğru olduğu her zaman pek anlaşılmiyor.

İzleyicilerinin sayısının hangi bölgelerde, hangi düzeyde ve yaşlarda insanlardan oluştuğunu bilmek reklam verenler için çok önemli bir konu. Hangi programların hangi saatlerde daha çok izleyici topladığını bilmenin de reklamlar için büyük yararları var, reklam tarifeleri o ölçülere göre saptanıyor.

Televizyon kanalları bugün izleyicilere kaliteli programlar sunmaya değil, reklam verenlere geniş izleyici kitleleri sunmaya yöneliyorlar. İzleyici sayısını arttırmak çoğu zaman program kalitesinin düşürülmesine yol açıyor, programlara popülist ve çıkarıcı eğilimler egemen oluyor.

Televizyon kurumları izleyici sayısının ve izleyicilerin düzeyini sevdikleri programları saptamak için ilk başlarda çeşitli yollarla anketler, sondajlar yapıyorlardı. Sonra bunların yerini **Audiometric** yöntemiyle yapılan araştırmalar aldı.

Bugün dünyada en yaygın araştırmalar **peoplemeter** denen baskılı düğmelerle yapılıyor. Bu yöntemi iki büyük araştırma or-

Sinema salonları bu gelişmeleri hiç de iyi karşılamıyorlar. Çünkü bu yolla en yeni filmler 6 ay sonra ekrana gelebiliyor.

PPV'yi savunanlar da sinemaya yalnız gençlerin ve öğrencilerin gittiğini, orta yaşlı insanların pek az sinemaya gittiklerini söylüyorlar.

taklığı kendi egemenliği altında tutuyor: **Audit of Great Britain (AGB)** ve **Nielsen**.

Araştırmayı yapan kurumlar çeşitli izleyici kesimlerini temsil eden kişilerle anlaşarak onların televizyonlarına baskılı düğmeli araçları yerleştiriyorlar. Ülkelerde bu biçimde seçilen izleyicilerin sayısı 500-4.500 arasında değişiyor. İngiltere'de 4.435, Almanya'da 2835, İtalya'da 2420, Fransa'da 2300, İspanya'da 2000, Hollanda'da 850, Belçika'da 600, Danimarka'da 500.

Evlere yerleştirilen bu **peoplemeter (audimètre)**'lerde çeşitli düğmeler yer alıyor. Ailenin her bir ferdi TV'yi izlerken kendi düğmesini kullanıyor. Bu araçlar telefon hattı ile merkezlerdeki bilgisayarlara bağlı oluyorlar. Böylece hangi saatlerde, hangi programların kimler tarafından izlenmiş olduğu ortaya çıkıyor. Araştırma kurumları bu sonuçları günü güne yayınlıyorlar. Reklamcılar da bu sonuçlara göre kanallara reklam veriyorlar.

Yapılan araştırmalara göre Avrupa'nın belli başlı ülkelerinde insanların TV izlemeye ayırdıkları süre şöyle: İngiltere'de 261 dakika, İtalya'da 217 dakika, İspanya'da 210, Fransa'da 209, Almanya'da 177, Danimarka'da 170. Bizde ise bu konuda kesin bir şey bilinmiyor.

Çek Televizyonu Yabancı Sektöre Karşı Direniyor

Ama her şeye karşın büyük bir Amerikan-Kanada ortaklığı eski Federal TV kanalının işletme imtiyazını 12 yıl için ele geçirdi.

Çekoslovakya ikiye bölündükten sonra eskiden Komünist Partisi'nin yönetiminde olan Çekoslovakya Radyo Televizyon Kurumu CST dağıtıldı ve demokratik temellere dayalı yeni örgütler oluşturuldu.

Başlıca yenilikler şunlar:

-Radyo-TV Yüksek Konseyi niteliğinde yansız bir Konseyin kurulması. Bu Konseye "Çek Audio-visual Teknik Yayın Konseyi" (CDA) deniyor. Konseyin 9 üyesi var. Bunları partilerin, sosyal ve dinsel akımların güçlerine göre Parlamento seçiyor. Konseyin görevleri iletişimle ilgili yasaların hazırlanmasına katılmak; kurumlara yayın izni vermek; frekansları bölüştürmek; yayınların yasalara ve yayın izinlerindeki koşullara uygunluğunu denetlemek. Yayınlar anlaşma koşullarına ve yasalara uygun olmazsa Konseyin 80 bin dolara kadar para cezası verme ya da yayın iznini geri alma yetkileri var. Görüldüğü gibi Konsey hükümete bağlı değil, yetkilerini yalnız Parlemantodan alıyor. Konsey işlevlerini 60-80 kişilik bir personelle yürütüyor.

-CTV diye adlandırılan Çek Televizyonu ile ST denen Slovak Televizyon kanallarının yeniden örgütlenmesi.

Çek Televizyonunun başına getirilen Ivo Mathé yayıncılıktaki yeni ilkeleri şöyle anlatıyor:

-"Kurumumuzun yapısını biz Avrupa Topluluğunun kararlarına uyarak hazırlıyoruz. Başka ülkeleri taklit etmek niyetinde değiliz ama, onları kendi açımızdan inceliyor ve elbette bunlardan esinleniyoruz. Örneğin BBC'ye bakınca bizdeki personel sayısının çok yüksek tutulmuş olduğunu gördük. Bizde 3400 kişi çalışıyor (Demek ki eskiden siyasal nedenlerle kadrolar şişiril-

miş), 1500 kişiyi kurumdan ayırmak zorunda kalacağız."

Yabancı programlar

-"Batıdan program almak zordur. Ama nasıl? Bize "barter" denen bir yol öneriyorlar. Yani bize ücretsiz program verecekler ama, karşılığında belirli sürelerin onların verecekleri reklamlara ayrılmasını isteyecekler. Verecekleri programlara "package deal" deniyor. Yani, paket programlar. Bizim seçim hakkımız olmayacak, ne verirlerse yayınlamamızı istiyorlar. Biz buna hayır diyoruz. Amerikan emperyalizmine karşı duyarlıyız. Bunun büyük zararları olabilir. Yarın özel TV kanalları da kurulacak. Yasada yabancı programlar için hiçbir kota saptanmamış. Yarın yabancı ürünlerin baskınına uğrayabiliriz. Yeni bir yasa gerekli, özellikle Walt Disney'in Buena Vista ürünlerine karşı. Yabancı sermayenin hiçbir sınır tanımadan ülkeye girmesine izin verilmiş. Bu çok sakıncalı."

"Biz kanu sektörü olarak yabancı programlara karşı çok titiz davranacağız. "Soap" denen hafif dizilere haftada ancak bir iki kez izin vereceğiz. "Prime time" denen en çok izlenen saatlerde de iyi film yayınlayacağız."

Reklamcılık

-"Biz kamusal kanalda reklamlara ancak % 3 oranında yer ayırıyoruz. Bu oran belki de % 1'e indirilecek. Özel sektör ise % 10 oranında reklam alacak ve saatte 6 dakika reklam yayınlayabilecek. Yani, reklamcılıkta biz güçsüz durumda kalacağız."

TV harçları

-"TV harcı ayda 2 dolar olarak saptanmış. Nüfusumuz 10 mil-

yon, TV sayısı 3 milyon. Harç gelirleri yeterli olmayacak. Gelirlerimizin % 25-30'unu da PTT elimizden alıyor, yani parasal durumumuz hiç parlak değil."

Ivo Mathé Çek Televizyonunun Devletten bağımsız olma çağını kabul ediyor ama, devletin yayınlara karışmıyacağını vurguluyor ve kurulan Radyo TV Teknik Konseyinin bunu önleyeceğine inanıyor. "Özel sektörle kamu sektörü arasında bir denge kurulacaktır" diyor.

Özel sektör rekabeti

Bu veriler yeni Çek Cumhuriyeti'nin yayıncılık açısından önemli sorunlarla karşılaştığını gösteriyor. Komünist rejim devrildikten sonra kurulan Parlemantoda özel sektörü savunuların büyük ağırlığı olmuş. Parlamento üyelerinin % 40'ı bütün TV kanallarının özel sektöre geçmesini istemişler, ama kamusal sektörü savunular buna karşı direnmişler.

Eskiden Sovyetler Çek topraklarında OK 3, Slovakya'da TA 3 denen iki kanalla kendi programlarını yayınlıyorlarmış. Bu kanallar Ruslardan alınarak Deutsche Welle, Drei Sat, ARTE, TV 5, Eurosport ve BBC World Service yayınlarına ayrılmış. Böylece yabancı yayınlar eski Çekoslovakya'da büyük olanaklar elde etmişler. Çek yayıncıları şimdi bu yabancı yayınlara ve yabancı sermayenin Çek kanallarını ele geçirmesine karşı kendi kişiliklerini ve bağımsızlıklarını savunmaya çalışıyorlar, ama ellerinden pek bir şey gelmiyor.

Eski Federal TV kanalı

Amerikalıların elinde

Çek Cumhuriyeti televizyonlarında en önemli olay geçtiğimiz Ocak ayının son günü eski Federal TV Kanalını işletme imtiyazının bir

devamı 14. sayfada

İngiltere'de Basın Rezaletleri ve Sansür

Geçtiğimiz Ocak ayında İngiltere'de basının denetlenmesi konusunda gerilimli günler yaşandı. "Tabloid" biçimindeki popüler gazetelerde kişilerin özel yaşamları ile ilgili yazıların çıkması İngiltere'de bir süreden beri bazı çevreleri çok rahatsız ediyordu. **Sun, Daily Mirror, Daily Express, Daily Mail, Today** gibi gazeteler Kral ailesi ile ilgili haberlere ve özellikle **Princes Diana'nın** yaşamına geniş yer ayırdıkları için şimşekleri üzerlerine çekiyorlardı.

Sir David o zaman **Calcutt Komitesi** diye adlandırılan bir komite oluşturarak basının kendi kendini denetlemesi için öneriler getirmişti. Buna göre bir **Şikayet Komisyonu** kurulacak ve basın kendi kendini kontrol edecekti.

Ama, toplam tirajı 12 milyonu aşan günlük gazeteler **Calcutt Komitesi'nin** kararlarına uymadılar ve basındaki "rezalet"lerin önü alınmadı.

Ulusal Kültür Varlığını Koruma bakanı **David Mellor** basının bu alanda denetiminden yanaydı, gazeteler bu kez de bakanı hedef aldılar bakanın evlilik dışı bir ilişkisi ortaya çıkartıldı, bakanın kendi ilişkisinin başına yansımaması için kontrol önlemlerini desteklediği anlaşıldı ve bakan istifa etmek zorunda kaldı.

Hükümet bunun üzerine Hazi-
ran 1992'de **Sir David Calcutt'tan**, rezaletlerin önlenmesi için yeni bir rapor istedi. **Sir David** de istenen raporu alelacele hazırlıyarak bunu 9 Ocak'ta hükümete sundu.

Raporda bir yargıç ve iki yardımcından oluşan bir yargı organının kurulması öneriliyordu. Gazetelerde "rezalet" konularında yazılar ya da resimler çıktığı zaman mahkeme hemen işe el koyarak sorumluların özür dilemesini isteyecek ve cezai önlemler alacaktı.

Yalnız popüler gazeteler değil, **Times, Financial Times, Guardian, Independent, Daily Telegraph** gibi bütün ciddi ve ağırbaşlı gazete-

ler de **Sir David Calcutt'un** yeni önerilerine büyük tepki göstererek bu önlemlerin basın özgürlüğünü tehlikeye düşürecek bir çeşit sansür olduğunu öne sürdüler. Hükümet güç durumda kaldı. Tartışmalar devam ediyor.

AFP'de yeni bir genel müdür

AFP ajansının Başkan-Genel müdürlüğüne geçtiğimiz Şubat ayının ilk günlerinde **Lionel Fleury** adında 47 yaşında bir telekomünikasyon uzmanı seçildi.

Ajansın başkan-genel müdürlüğüne aday olanlar arasında eski televizyon gazetecisi **Michèle Cotta**, Fransız İkinci ve Üçüncü kanalların genel müdürü **Hervé Bourges** gibi adaylar da vardı, ama AFP'nin yönetim kurulu **Lionel Fleury'yi** seçti.

1859'da **Havas Ajansı** adıyla kurulan bugünkü AFP dünyada ilk haber ajansı durumundadır.

Ajansın yıllık cirosu 1 milyar Fransız frangı, yıllık bütçe açığı da 28 milyon franktır.

Personel 2000 kişiden oluşur, bunun 1100'ü gazeteci ve fotoğrafçıdır. Ajansın 135 ülkede bürosu ya da muhabiri vardır. Abone sayısı 12.500'dür.

Ajans yedi uydu aracılığı ile 2 milyon sözcük dağıtır. Haberler 6 dilde yayınlanır: Fransızca, İngilizce, İspanyolca, Almanca, Portekizce ve Arapça.

Maxwell'in Mirası

Kasım 1991'de boğularak ölen İngiliz basın kralı **Robert Maxwell'in** büyük bir sahtekâr olduğu konusunda Londra basınında yazılar çıkıyor. **Maxwell'in** nasıl öldüğü hala anlaşılmadığı için sigorta şirketleri ünlü basın kralının mirasçularına 20 milyon dolarlık yaşam sigortasını ödemiyorlar.

Basında çıkan yazılara göre **Maxwell** kendi firmalarında çalıştırdığı kişilerin sigorta primlerini de ödemeyerek milyonlar vurmuş. Bu durumda olan 32 kişi **Maxwell'in** bıraktığı mallara haciz koyuyorlar. İşçilerin istediği tazminat 80 milyon İngiliz lirasını buluyor. "**Maxwell zedeler**" Parlamento önünde gösteriler düzenleyerek haklarını arıyorlar. Sosyal Güvenlik Bakanlığı bir süre önce bu durumdaki işçilere 100 milyon İngiliz lirası ayırmış, ama bu yetmiyor, işçiler daha 330 milyon İngiliz lirası istiyorlar. **Maxwell'in** malları da 406 milyon İngiliz lirası tutarındaki borçlarını karşılamıyor.

Maxwell'den kalan uçaklar, yataklar, apartmanlar, çeşitli koleksiyonlar bir süre önce satılmış, eşi **Betty Maxwell** de Fransa'daki şatosuna kapanmıştı. **Maxwell'in** çocuklarının da yokluk içinde oldukları anlaşılıyor. **Maxwell'in** oğlu **Kevin** Londra'nın **Chelsea** mahallesindeki evini satarak eşinin sahip olduğu bir kir evine çekilmiş, işsizlik sigortasına da başvurarak haftada 194 İngiliz lirası işsizlik aylığı istemiş, Gazeteler **Kevin'i** sigorta kapısında beklerken yakalamışlar.

Kevin'in kardeşi **Ian Maxwell** de geçen ay emekli primlerinin ödenmemesi yüzünden 500 bin İngiliz lirasına mahkum oldu.

Daha bir buçuk yıl öncesine kadar dünyanın en zengin adamlarından biri olan **Robert Maxwell'in** sonunun böyle olacağı kimin aklına gelirdi?

2000 Yılı'nın Gazetesi

Nasıl Olacak?

2000 yılının gazetelerin nasıl olacağı yolunda araştırmalar yapılıyor. Fransa'da **Expansion** dergisinin eski müdürü **Bernard Guetta**, bu konuda hazırladığı bir araştırmayı Eylül başlarında Fransa'da, **Carcans-Maubisson**'da 700 kişinin katıldığı bir iletişim konferansında sundu. Roma'da çıkan **la Repubblica**, Madrid'de çıkan **El Paris** ve Londra'da çıkan **The Independent** gazeteleri için hazırlanan bu araştırmada yarının gazetesinin nasıl olması gerektiği konusunda çok ilginç öneriler yer alıyor.

Bernard Guetta'nın üzerinde durduğu başlıca öneriler şunlar:

-Gazete lise eğitimi görmüş bir okuyucu kitlesine seslenecektir;

-Gazete ne tam "popüler" tipte bir gazete olacak, ne de yalnız seçkinlere seslenecek bir düzeyde olacaktır.

(Popüler gazete iç politika ve zabıta haberlerine, ünlü kişilerin, sahne ve TV yıldızlarının özel yaşantılarına geniş yer ayıran, TV ve sinema programlarının sürekli ve ayrıntılı olarak duyuran gazetedir. Seçkinlere seslenen kaliteli gazete ise inceleme yazılarına, yorumlara, anketlere, eğitici ve aydınlatıcı röportajlara yer veren gazetedir.) Yarının gazetesi bu iki tür gazete arasında orta yolu seçecektir.

Fransa'da Kablolu Televizyonlar

Fransa'da kablolu televizyon şebekelerine abone olanların sayısı 1 milyona yükseldi. Evlerinde kablo şebekesine bağlantı olduğu halde abone olmayanların sayısı da 3 buçuk milyon.

Hükümet kablo şebekelerini geliştirmek için büyük yatırımlar yapıyor. 1995'e kadar bu amaçla 25 milyar frank kullanılacağı belirtiliyor.

-Yarının gazetesinde haberler tarihsel bir açıdan duyurulacak yani, okuyucunun bilemeyeceği varsayılan deyimler ve olaylar üzerinde ayrıntılı bilgi verilecektir. (Örneğin bir haberde **Recep Peker**'in adı geçiyorsa, **Peker**'in kimliği ve kişiliği üzerinde birkaç satırla bilgi aktarılacaktır.)

-Yarının gazetesinde her olayın son birkaç günlük geçmişi üzerinde de hatırlatıcı bilgi verilmesi gerekecektir.

-Gazetenin maliyeti daha gerçekçi açılardan hesaplanarak gazete fiyatı bugünkünün yaklaşık % 50 altında olacaktır.

Kampanyalarda TV siyasal reklam alacak

Fransa'da 21 ve 28 Mart'ta Meclis seçimleri yapılacak. Fransız Audiovisuel Yüksek Konseyi seçim kampanyalarında televizyonun sınırlı ölçülerde kullanılmasını sağlayan kararlar aldı.

Buna göre televizyonların en çok izlendiği saatlerde, 19-20 arasında partilerin TV'ye reklam vermelerine izin verilmiyor. Ama saat 19'dan önce ve 20'den sonra partiler 1-3 dakikalık "clips"leri diledikleri reklam ajanslarına ısmarlayabilecekler.

Hara-Kiri Yeniden Çıkıyor

1960'lı yıllarda yayımına başlanan ve Fransa'nın en azgın ve saldırgan mizah gazetesi sayılan **Hara-Kiri** 20 yıl önce kapanmış ve gazetenin karikatürcü ve yazarları arasında yer alan Cavanna, Reiser, Prof. Choron, Wolinski gibi kişiler **Charlie-Hebdo**'yu çıkarmışlardı.

Hara-Kiri'nin imtiyazı geçen ay Paris'te açık arttırma ile satışa çıkartıldı ve bunu aşırı sağcı bir gazeteci 80 bin franga, yani yaklaşık 120 milyon TL'sine satın aldı.

Arttırmaya katılan **Prof. Choron** ve arkadaşları gazeteyi yeniden ele geçiremediler.

Hara-Kiri'yi satın alan gazeteci kendisinin aşırı sağcı değil, anarşist eğilimde olduğunu, gazetenin başlığının altında da "**Avrupa'nın ateşli ve kanlı gazetesi**" yazısının yer alacağını söylüyor.

Gazete tirajı 100 bin olacak.

Bertelsmann grubu 570 milyon Mark kazanmış

Almanya'da dev iletişim firması **Bertelsmann**'ın 1991-92 döneminde 16 milyar marklık ciro 570 milyon kâr elde ettiği bildiriliyor. Firma eski yıllara karşılık kârını % 5,6 oranında arttırmış, birikmiş borçlarını ödemiş ve genel-de satışlarını da geliştirmiş.

Bertelsmann grubunun basın alanındaki dalı **Grüner und Jahr** firmasının da özellikle çok parlak durumda olduğu anlaşılıyor. Bu firmanın Fransa'da yayınladığı aylık ekonomik magazin dergisi **Capital**'ın tirajı son aylarda 200 bine yükselmiş. Bu firma geniş ölçüde kitap da yayınlıyor.

Grüner und Jahr firması Almanya'da günlük 12 gazete çıkartıyor. Bunların en önemlisi **Hamburg**'da yayınlanan **Hamburger Morgenpost** gazetesi.

Bertelsmann grubunun televizyonu ve plakçılık alanlarında da geniş çalışmaları var.

Türkçe Konuşan Asya Ülkeleri İletişim Konferansı Bildirgesi

UNESCO'nun girişimiyle, Dışişleri Bakanlığı Türk İşbirliği Kalkınma Ajansı (TİKA)'nın öncülüğünde, Anadolu Ajansı'nın, TRT'nin, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün, PTT'nin ve Telsiz Genel Müdürlüğü'nün katkılarıyla 26-27 Kasım 1992 tarihlerinde Ankara'da **Türkçe konuşan Kafkasya, İç Asya ve Türkiye arasında İletişimde İşbirliği Konferansı** yapılmıştır. Bu konferansın toplanmasında UNESCO ve Birleşmiş Milletlerin 5-9 Ekim 1992 tarihlerinde Alma Ata'da düzenledikleri Asya'da Bağımsız ve Çoğulcu İletişim Araçlarının Geliştirilmesi konulu seminerin sonunda yayınlanan bildirgedeki öneriler ve özellikle iletişimde özgürlük ve çoğulculuk ilkeleri gözönünde tutulmuştur.

İç Asya ve Kafkasya Ajanslarının bölgedeki ülkelerde muhabirlerin bulunmaması ve Türkiye ile de doğrudan haberleşmek için bir mekanizmanın yokluğu üzerinde durulmuştur.

Ajans temsilcileri Kafkasya, İç Asya Ülkeleri ile Türkiye'nin kendi aralarında doğrudan haberleşmelerinin bu ülkelerin birbirlerini daha iyi tanımalarına yardım edeceğini, siyasal, kültürel ve ekonomik alanlarda da dayanışmanın gelişmesini sağlayacaklarını belirtmişlerdir.

Bu nedenlerle bölgedeki ajansların kendi aralarında bir birlik kurmaları önerilmiştir. Konferans "Türkçe Konuşan Ülkeler Haber Ajansları Birliği (TKA)" adı verilen bu birliğin tüzüğünü de oy birliği ile kabul etmiştir.

Birliğin amacı, kendi üyeleri arasında sürekli haber alışverişi sağlamak, telekomünikasyon olanaklarını geliştirmek, mesleki ilişkileri sıkılaştırmak ve üyelerinin karşılıklı çıkarlarını korumak olacaktır.

Birliğin bir Yönetim Kurulu, bir başkanı, iki başkan yardımcısı ve bir genel sekreteri olacaktır.

Birlik merkezinin genel sekreterin bağlı olduğu ajansın bulunduğu

yer olmasına karar verilmiştir.

Birlik ortak bülten hazırlayacak ve Birliğe üye ajanslar kendi lehçeleri ile bir haber alışverişi mekanizması oluşturacaklardır.

Birliğin tüzüğü Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Türkmenistan ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Haber Ajanslarının temsilcileri tarafından imzalanmıştır.

PTT temsilciliği tarafından Konferansa sunulan bir belgeden bölgedeki ülkeler arasındaki telekomünikasyon hizmetlerinin çok geliştirildiği ve telefon, faks ve bilgisayar aracılığı ile haber alışverişinin kolaylaştırıldığı anlaşılmıştır.

TRT temsilcisinin verdiği bilgilere göre Avrasya yayınları geliştirilmektedir ve yakında ortak yayınlara da geçilecektir.

Konferansta sinema konusunda işbirliği geliştirecek ve ortak filmlerin yapımını sağlayacak önerilerin de üzerinde durulmuştur.

Bölgedeki ulusal gazeteci cemiyetleri arasında işbirliğinin geliştirilmesi de önerilmiştir.

Konferansta sonuç olarak şunlar önerilmiştir:

-Kafkasya, İç Asya ülkeleri ile

Kıbrıs ve Türkiye arasında en kısa zamanda özgür, bağımsız, çoğulcu ve doğrudan bir haberleşme düzeni kurulmalıdır;

-Anadolu Ajansı Kafkasya ve İç Asya ülkelerinde en kısa zamanda bürolar açmalıdır;

-TKA'nın operasyonel duruma getirilmesi için gerekli parasal kaynak özellikle Türkiye'den ve UNESCO aracılığı ile çok yanı yardım fonlarından sağlanmalıdır; TKA geçici yürütme kurulu en kısa sürede ilgililere birlik için en önemli konuyu oluşturan bütçe tasarısını sunacaktır;

-Televizyon alanında işbirliği geliştirilmeli ve ortak yayınlar yapılmalıdır;

-Gazeteciler ve gazeteci dernekleri arasında işbirliğinin geliştirilmesi desteklenmelidir;

-Bölgedeki devletler ve kuruluşlar sinemacılık alanında işbirliğinin geliştirilmesine yardımcı olmalıdırlar;

-İletişimde işbirliği Türkçe konuşan ülkeler arasında dayanışmanın ve kültürel işbirliğinin temelini oluşturacaktır.

27 Kasım 1992

TKA Ajanslar Birliğinin Tüzüğü Kabul Edildi

26-27 Kasım 1992'de Ankara'da toplanan; Türkçe Konuşan Ülkeler Arasında İletişimde İşbirliği Konferansı'nda aşağıda imzası bulunan ajansların kendi istekleri ile "Kurucu Üye" sıfatıyla Ajanslar Birliği oluşturması kararlaştırılmış ve Birliğin tüzüğü şöyle kabul edilmiştir:

Madde 1: Türkçe Konuşan Ülkeler arasında iletişim İşbirliği amacı ile, kısa adı T.K.A. olan Ajanslar Birliği kurulmuştur.

Madde 2: Ajanslar Birliği'nin amacı, üyeleri arasında sürekli haber alışverişini sağlamak, telekomünikasyon olanaklarını geliştirmek, mesleki ilişkileri sıklaştırmak ve üyelerin karşılıklı menfaatlerini korumaktır.

Madde 3: Birlik ortak bir bülten hazırlar ve birliğe üye ajanslar kendi lehçeleri ile haber alışverişini mekanizmasını oluşturur.

Madde 4: Birlik, her ülkeden bir basın ajansını üye olarak kabul eder. Üye olmak isteyen ajans, öncelikle şu şartlara cevap vermelidir:

a) Birliğin Tüzüğünü kabul etmek

b) İlgili ülkeyi mesleki anlamda temsil eden bir ajans olmak

c) Ajans olarak yayın hedefleri ve tüzüğünde ırk ve din temelli ideolojiler bulunmamak,

Üyelik başvurusu "Yürütme Kurulu" tarafından kaydedilecek ve başvurudan sonraki ilk genel kurul toplantısının gündemine alınacaktır.

Üyelik başvuru genel kurulda mevcut üyeler tarafından (2/3) oy çoğunluğu ile onaylanır.

İşbu tüzüğün kabulü ile "Kurucu Üye" sıfatını kazanan ajanslar hakkında bu şart aranmaz.

Madde 5: Yürütme Kurulu 1 Başkan, 2 Bakan Yardımcısı ve 1 Genel Sekreterden oluşur. Birliğin merkezi Genel Sekreterin ajansının bulunduğu yerdedir.

Yürütme Kurulu Başkanlığı görevini, Genel Kurul toplantılarına evsahipliği yapan ülkenin basın ajansının Başkan ve Genel Müdürü üstlenecek ve bu görevini gelecek Genel Kurul toplantısına kadar

sürdürecektir.

Yürütme Kurulu'nun diğer 3 üyesi 4 yıllık süre için, Genel Kurul'da (2/3) oy çoğunluğu ile seçilir. Ajanslar Birliğinin merkezi, birliğin genel sekreterinin bulunduğu yerdedir.

Madde 6: Yürütme Kurulu gündem hazırlıkları yapmak, gerekli bilgileri hazırlamak ve bu konuda katılımcı ajanslara bilgi vermek amacıyla Genel Kurul toplantısından en az 1 ay önce çalışmalarına başlar.

Yürütme Kurulu, gündemi en az 10 gün önceden üye ajanslara iletmekle yükümlüdür.

Yürütme Kurulu gerektiğinde ve acil durumlarda olağanüstü toplanabilir.

Madde 7: Genel Sekreterliğin yükümlülükleri şunlardır,

a) İki Genel Kurul toplantısı arasında yönetim devamlılığını sağlamak

b) Birlik üyeleri arasında koordinasyonu sağlamak

c) Olağan ve olağanüstü Genel Kurul toplantılarında alınan kararların uygulanması için gerekli belgeleri tanzim etmek

d) Diğer meslek kuruluşları ile ilişkiler

e) Görevini yerine getirebilmek için her türlü insiyatifi kullanmak

Madde 8: Ajanslar Birliği'nin çalışmalarında ve yazışmalarında, Resmi Dil Türkçe (her üyenin kendi lehçesi)'dir.

Madde 9: Üye ajanslar birlik bünyesindeki Genel Kurul veya Yürütme Kurulu toplantılarında en üst düzeydeki yöneticileri tarafından temsil edilir. Ajans yöneticileri toplantılara katılmamaları halinde, en yakın yardımcılarından birini bu amaçla görevlendirebilirler.

Madde 10: Ajanslar Genel Kurul toplantılarında, aralarında en üst düzey yöneticileri yada temsilcileri olmak üzere en fazla 3 kişi tarafından temsil edilir. Genel Kurul toplantılarında her ajansın 1 oy hakkı vardır.

Madde 11: Yürütme Kurulu üyesi ajansın, görev süresi dolmadan istifa kararı alması halinde, rotasyon ilkesi çerçevesinde yıllık Genel Kurul toplantısı sırasında yapılacak seçimle yeni üye belirlenir.

İstifa eden üye Yürütme Kurulu Başkanı ise, Başkan yardımcılarında görevinde en eski olan otomatik olarak bu görevi üstlenir.

Madde 12: Genel Kurul her yıl, üye ajansların başharf sıralamasına göre, ülkeler arasında değişimli olarak toplanır. Gerekli hallerde toplantı ülkesi, bir yıl önceki Genel Kurul toplantılarında bir ajansın teklifi ve adaylığı ile gerçekleşir.

Genel Kurul yıllık olağan toplantısı Yürütme Kurulu'nun raporlarını incelemek ve onaylamak, süresi dolan Yürütme Kurulu üyelerinin seçimlerini yapmak amacı ile toplanır.

Genel Kurul toplantılarında üyelerin en az 2/3 oranında hazır bulunmaları gerekir.

Olağan Genel Kurul toplantısında kararlar salt çoğunlukla alınır.

Madde 13: Genel Kurul, Başkanın veya en az (2/3)'ünün teklifi üzerine olağanüstü de toplanabilir.

Olağanüstü Genel Kurul toplantısı üyelerin en az (2/3)'ünün katılımıyla yapılır.

Olağanüstü Genel Kurul'da; tüzük değişikliği önerilerinde ve olağan genel kurulun alanına girmeyen tüm konularda (3/4) oyçoğunluğu ile karar alınabilir.

devamı 14. sayfada

Çağdaş iletişimin yararları ve zararları

Baştarafı 1. sayfada

İşi başarısızlığa uğradığını biliyorsunuz. Şimdi gündemde demokrasi var. Bu deneyimi başarmazsak köktendincilik (yobazlık) sorunlarıyla karşılaşacağız. Bu birçok acılar getirebilir. Hoşgörü olmayacak. Afrika kültürü çeşitliliğe dayanır, köktenciler bu çeşitliliğe karşı gelecekler."

Amerikan TV dizileri

Alpha Konaré radyo ve TV kollarında da şunları söylüyor:

"Afrika müziğinin başarısı Afrika kültürünün ölmediğini gösteriyor. Radyolar bu müziğin gelişmesini sağladı. Şimdi bizde Dernek radyoları var, onlar da kültürümüzün gelişmesine yardımcı oluyorlar. Ama şimdi

TV e geliyor. TV'ler Amerikan dizileri yayınlıyorlar, bunların en iyi diziler olduğu kanısında değilim. Bu muazzam aracın başı boş bırakılmaz. TV'lerimizde çok az eğitici program var. Biz edilgen olarak, hiç eleştiri getirmeden yabancıların hazırladığı programları tüketiyoruz. Önlem almazsak köklerimizini yitireceğiz."

Müze mi, morg mu?

"Bir de müzecilik sorunu var. Bize müzecilik de sömürgecilikten miras kaldı. Onları taklit ettik. Sanat yapıtlarımızı kimsenin görmediği müzelere kaldırdık. Bu bir boşluk yarattı. Gençler heykellerin, maskelerin ne amaçlarla kullanıldığını bilmiyorlar. Okullarda bunlar öğretilmiyor. Okullarda müzeler arasında bağ kurulmazsa müzeler morg'a döner.."

Düşünceye kapalı TV kanalları

Baştarafı 1. sayfada

mak onların değil ki.. Yalnız duygulara sesleniyorlar, kafalara değil.

Belki bir gazetenin dışında bütün basın ve özel TV'lerin amacı reklamcılık ve bol gelir sağlamak. TRT de hafif programlarla en çok sayıda izleyiciyi kendine çekip daha bol reklam alabilmek için aynı yolu izliyor. Karamsar bir tablo çıkıyor ortaya.

Çare kamusal yayıncılıkta. Biz devlet borazanı olmayan, reklam gelirlerine bel bağlamayan, yerel yönetimlerin, vakıfların ve demokratik küle örgütlerinin katılımı ile kurulacak bağımsız, özgür ve kamusal yayın kurumları gerek.

Kampanyaların Bilançosu

Baştarafı 5. sayfada
nusunda o kadar ileri gidiyor ki, baykuşları koruyacağım diye bütün Amerikalıları işsizliğe sürükleyecek!

Clinton da Bush'tan söz ederken *"Bu adamın hiçbir ciddi yanı yok, seçilmek için her şeyi söyleyebilir"* dedi.

Cumhuriyetçilerin bu kampanyadaki hedefi Clinton'un kişiliği üzerinde şüpheler uyandırabilmek ve güvenilir bir kişi olmadığı düşüncesini yaratmaktır.

Demokrat Parti bu kampanyada 1 milyon dolar harcadı. Cumhuriyetçi Parti'nin kampanyasını yöneten Frederic Malek *"Demokratların paraları tükendi, Bill Clinton devletin parasını iyi bir biçimde kullanacak çapta insan değildir"* dedi.

Bağımsız aday Ross Perot kampanyasının masraflarını tek başına yükledi, kazanamayacağını bile bile 2 milyon dolar harcadı.

2 Kasım 1992 gecesi seçim sonuçları şöyle çıktı:

Clinton % 43, Bush % 38, Perot % 19.

BBC-WST

Baştarafı 7. sayfada
mak niyetinde değiliz. Haberlerden seçimler yapacağız ve yorum getireceğiz.

Biz büyük haber gazetelerinin yaptığını yapmaya yöneliyoruz. Düşünün, Antenne 2'nin yarım saatlik bir haber programı Le Monde gazetesinin birinci sayfasının ancak yarısını doldurur."

Euronews beş yıl üye devletlerden gelecek ödeneklerle yaşayacak. Bu süre sonunda Euronews'un dengeli bir bütçe oluşturması bekleniyor.

Çek Televizyonu

Baştarafı 9. sayfada

Amerikan-Kanada ortaklığına verilmesi oldu.

Çekoslovakya ikiye bölünmeden önce Federal Kanal ülke çapında yayın yapan en güçlü kanaldı. Son aylarda bu kanalın özel sermayeye dayalı ortaklıklara kiralanması gündeme getirildi. Birçok firma bu kanala aday oldu ama, Çek Audiovisual Yayın Konseyi bu adaylar arasında bir Amerikan-Kanada-Çek ortaklığı seçerek kanalın işletme imtiyazını 12 yıl için bu ortaklığa verdi. Bu ortaklığın % 70'i CEDC denen bir Amerikan-Kanada firmasının elinde bulunuyor. Onun da başında Reagan'ın eski siyasal danışmanı Mark Palmer var. Başbakan Vaclav Klaus bu kararı çok büyük tepki ile karşıladı. Klaus *"TV politize ediliyor, bu çok sakıncalıdır"* diye karara karşı geliyor ama hükümetin elinde artık hiç bir yetki yok.

Cüneyt Cunda

TKA Ajanslar Birliği

Baştarafı 13. sayfada

Madde 14: Bu tüzük Türkçe (kurucu üye lehçeleriyle) yayınlanmıştır. Hepsini eşit hukuki derecede geçerlidir.

Tüzüğün yorumlanmasında bir anlaşmazlık söz konusu olur ise, Genel Kurul, üyeler arasında seçilen 3 kişiden oluşan bir komite kurar. Bu komite 2 ay içerisinde kararını bildirir ve bu karar tartışmasız kabul edilir.

Madde 15: 15 maddelik bu tüzük kabul edildiği tarihte yürürlüğe girer.

Amerika'da yalnız siyasal konuları yayınlayan bir kanal var: C-SPAN

Amerika'da sayısı üç yüzyü aşan kamusal TV kanalı var. Bunların en önemlilerinden biri de C-SPAN (Cable Satellite Public Affairs Network)

1979'da kurulan C-SPAN'ın amacı kamusal toplantıları kablo ile halka duyurmak. C-SPAN ilk başlarda Temsilciler Meclisindeki tartışmaları duyurmak için kurulmuş, günde üç saat yayın yapmakla yetiniyormuş. O dönemde bu kanala abone olan meskenlerin sayısı da sadece 3 buçuk milyonmuş. Ama bu aboneler Amerika'nın aydınlarından ve seçkin insanlarından oluştuğu için C-SPAN kısa zamanda büyük bir önem kazanmış.

Bir süre sonra da kanal sayısı ikiye yükseltilmiş: C-SPAN I ve C-SPAN II. Kanallar ayrı ayrı toplantıları yayınlamakta uzmanlaşmışlar. İki kanala birde C-SPAN adı veriliyor.

C-SPAN reklam almıyor. Bütçesi 15 milyon doların üstünde. Giderler abone gelirleriyle karşılanıyor. Aylık abonman 15 dolar.

C-SPAN'ın yayınlandığı başlıca programlar şunlar: Temsilciler Meclisi ve Senato tartışmaları, Seçim kampanyaları, özellikle bütün ayrıntılarıyla iki büyük partinin konvansiyonları, Kanada'da İngiltere'de, İsrail'de, Japonya'da, Fransa'da Meclis tartışmaları, Avrupa Parlamentosu çalışmaları, büyük federasyonların ve örgütlerin kongreleri..

Bunların yanı sıra C-SPAN izleyicilerden gelen güncel sorulara da yanıt veriyor. 1989'da yanıtlandırılan telefon sayısı 13 binmiş, bu sayı o yıldan bu yana durmadan yükselmiş.

C-SPAN'ın kadrosunda bugün

155 kişi görev alıyor.

C-SPAN'ın izleyicilerinin anatomisi de şöyle: İzleyicilerin %14'ü 18-24 yaşlarında gençlerden oluşuyor; % 54'ü 25-44 yaşlarındaki olgun insanlardan; geri kalanı da daha büyük yaşlardaki izleyicilerden.

Amerika'da C-SPAN izleyen meskenlerin sayısı 50 milyonun üstünde. Meskenlerin % 58'inin C-SPAN'a abone olduğu anlaşılıyor. Bu da hiç küçümsenecek bir oran değil.

Amerika'da Show programları, diziler, TV filmleri yayınlayan yüzlerce TV kanalı varken insanların C-SPAN gibi politika ve kültür yayını yapan bir kanala yönelmeleri çok ilginç. İzleyiciler büyük bir oburluk ve aç gözlülükle magazin programlarına saldırdıktan sonra daha kaliteli programlar aramaya başlıyorlar. Yalnız seks, şiddet, macera olayları zamanla insanların doyumlamaya başlıyor. İzleyiciler habere, yoruma, kültüre ve sanata yöneliyorlar.

Amerika'da C-SPAN gibi başka kanallar da var. Örneğin **Co-urt-TV** yalnız duruşmaları, adli olayları yayınlıyor. İnsanlar bunları hem ilgi ile izliyorlar, hem de bunlardan birtakım toplumsal sonuçlar çıkartıyorlar.

Bunların yanı sıra bazı kanallar da yalnız çevre, kadın ve eğitim sorunlarını, dinsel konuları ele alıyorlar ve kendi dallarında uzmanlaşıyorlar.

Yerel televizyonlar kentlerin sorunlarına ağırlık veriyor, belediye hizmetlerini tartışma konusu yapıyorlar.

Bazı ülkelerde de bunlara benzer gelişmeler görülüyor. Toplumsal

sorunlar ya **Sit-Com** denen gerçek olayların ekrana getirilmesiyle, ya da **Reality-Show** programlarıyla ele alınıyor. **Talk-Show** programlarında da hep toplumsal sorunlar işleniyor. Bütün bu gelişmeler televizyonun yeni aşamalara yöneldiğini ve izleyicilerinde çok başka şeyler aradığını gösteriyor.

Belgrat'ta 1500 gazeteci işten atıldı

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Sırbistan Radyo ve Televizyonunda çalışan 1500 gazetecilerinin işine son verildiğini bildiriyor. Federasyonun aylık bülteni **Direct Line** bu gazetecilerin hiç bir neden olmadan işten çıkartıldıklarını belirttikten sonra uluslararası meslek çevrelerini bu olayı protesto etmeye çağırıyor.

Özgür Avrupa Radyoları

Özgür Avrupa Radyoları Federasyonu'nun Dördüncü Kongresi 29 Nisan-3 Mayıs tarihlerinde Brüksel'de toplanacak. Kongrenin gündeminde şu konular yer alıyor:

-Tecimsel olmayan media'ların 1993'teki durumları:

Bu konunun tartışılmasına Avrupa Konseyi, Avrupa Topluluğu Komisyonu, Avrupa Parlamentosu temsilcileri de katılacak. Avrupa'da media'larla ilgili yasalar, frekans dağıtımı, demokratik media'ların durumu bu madde çerçevesi içinde tartışılacak;

-Ortalığı ateşe veren basın ya da barış basını: Yugoslavya'da gazetecilerin ve media'ların durumu ve sorumlulukları görüşülecek;

-Avrupa'da iletişim özgürlüğü ve vatandaşların haber alma hakkı.

Avrupa'da "Özel" Radyolar Birliği

"Yaşasın Radyo" adlı örgüt geçen ay Paris'te Avrupa düzeyinde bir radyolar toplantısı düzenledi. Buna özel radyolarla derneksel radyolar katıldı.

Bu toplantıya sunulan bir araştırma bugün Avrupa'nın 20 ülkesinde radyoların genelde 20-35 yaşlarında insanlara seslendiğini gösteriyor. Rapora göre insanlar bir hafta içinde en çok uykuya yer ayırıyorlar. Bunu, işe ve TV izlemeye ayrılan zaman izliyor. Onların arkasından da radyo geliyor.

Radyo dinleyen insanların aynı zamanda iyi gazete okuyucusu oldukları da belirtiliyor.

Radyo en çok Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerinde, Almanya ve Fransa'da izleniyor. Buna karşılık İtalya'da halkın dörtte biri hiç radyo dinlemiyor.

Avrupa radyoculuğunda iki çeşit gelişme var: Biri yerel ve bölgesel radyoculuğun gelişmesi. Bunun örnekleri Almanya'da, Belçika'da ve İngiltere'de görülüyor.

İkinci çeşit gelişme radyo şebekelerinin gelişmesi. Bunun örneklerine Fransa'da, İtalya'da, İspanya'da ve Portekiz'de rastlanıyor.

Buna karşılık Fransa'da derneksel radyoların çok geliştiği vurgulanıyor.

Toplantıda belirtildiğine göre tecimsel radyoların durumu pek parlak değil. Üçte biri güçlük içinde bulunuyor.

Avrupa'daki devlet radyoları Avrupa Yayın Birliği'ne üyeler. Birlik özel radyoları üyeliğe kabul etmediği için onlar da kendi aralarında örgütlenerek geçen yıl **Avrupa Radyolar Birliği**'ni kurdular. Bu birlik Avrupa Parlamentosu üzerinde etkin olmaya çalışıyor.

Monte-Carlo Radyosu Satışa Çıkarılıyor

Monte-Carlo Radyosunun durumu son yıllarda oldukça kötüleşmişti. Radyonun izlenme oranı 1990'da % 5,2'ye, 1991'de % 4,7'ye, 1992'de de % 3,8'e düştü. Radyonun bütçe açığının da 1992'de 38,7 milyon frank olduğu belirtiliyor.

Monte-Carlo Radyosunun hisselerinin % 83'ü Fransız Devletinin bir yan kuruluşu olan SOFİRAD ortaklığının elinde bulunuyor. Geriye kalan % 13'ü de Monako prensliğinin elinde.

Monte-Carlo Radyosunu satın almaya aday olanlar arasında şu firmalar bulunuyor: Fas Kralı **İkinci Hasan**'ın damadı **Fuad Filali**'nin mülkiyetinde olan **ONA** ortaklığı, **Berlusconi**, **NRS grubu**, yayıncı **Alain Ayache** vb..

Monte-Carlo Radyosunun çöküşünün nedenlerinin başında FM radyolarının rekabeti geliyor.

Macaristan'da TV ve Radyo Kavgası

Macaristan'da hükümetle muhalefet arasında Televizyonun ve Radyonun yönetimini ele geçirmek ya da yitirmemek amacıyla bir süreden beri çekişmeler oluyor.

Komünistler iktidardan ayrıldıktan sonra iş başına geçen tutucular Televizyonda ve Radyoda tarafsız bir yönetimin kurulması amacıyla muhalefetin de kabul edeceği iki sosyoloji uzmanını bu kurumların başına getirmişlerdi. Böylece **Elemér Hankiss** TV Genel Müdürlüğüne, **Czaba Gombár** da Radyo Genel Müdürlüğüne atanmıştı.

Ama, iktidarda olan Demokratik Forum Partisi bir süre sonra TV ve Radyo yayınlarının hükümeti yıprattığını öne sürerek bu kurumların yöneticilerini görevlerinden uzaklaştırmaya yöneldi. Muhalefet partilerinin temsilcisi durumunda olan Cumhurbaşkanı **Arpad Gones** ise hükümetin bu kararını veto etti.

Hükümet başkanı **Josef Antall** bunun üzerine hükümetin bütün kamu görevlilerinin işlerine son verilebilmesini sağlayacak yeni bir yasaya başvurarak iki yöneticiyi de işten uzaklaştırdı. Böylece havanın büsbütün gerginleştiği bildiriliyor.

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.
Yapımı: Anadolu Matbaası
İSTANBUL

UNESCO TÜRKİYE MİLLİ KOMİSYONU
Başkan Prof. Dr. Suat SİNANOĞLU,
Başkan vekili Prof. Dr. Oluş ARIK, Prof. Dr.
Emel DOĞRAMACI, Recep BİLGİNER,
Ali Engin OBA, Prof. Dr. Ziya BURSA-
LIOĞLU, Prof. Dr. İnci ENGINÜN, Prof.
Dr. Mahmut ADEM, Prof. Dr. İlber OR-
TAYLI, Prof. Dr. Emre KONGAR, Uygur
TAZEBAY, Prof. Dr. Ümit SERDA-
ROĞLU, Prof. Dr. Arsin AYDINURAZ,
Prof. Dr. Necati ERŞEN, Ülki BİLGİN.