

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BİLİM DALI

YEREL TELEVİZYON SORUNLARININ ÇALIŞANLARIN
GÖZÜYLE İNCELENMESİ: KONYA ÖRNEĞİ

İhsan GENÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Uğur ÇAĞLAK

KONYA - 2024



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	İhsan GENÇ		
	Numarası	20811501015		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Uğur ÇAĞLAK		
Tezin Adı	Yerel Televizyon Sorunlarının Çalışanların Gözüyle İncelenmesi: Konya Örneği			

İhsan GENÇ tarafından hazırlanan ‘Yerel Televizyon Sorunlarının Çalışanların Gözüyle İncelenmesi: Konya Örneği’ başlıklı bu çalışma .../.../2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1			
2			
3			



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	İhsan GENÇ		
	Numarası	20811501015		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Uğur ÇAĞLAK		
Tezin Adı	Yerel Televizyon Sorunlarının Çalışanların Gözüyle İncelenmesi: Konya Örneği			

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

İhsan GENÇ

(İmza)

.....



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	İhsan GENÇ		
	Numarası	20811501015		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Uğur ÇAĞLAK		
Tezin Adı	Yerel Televizyon Sorunlarının Çalışanların Gözüyle İncelenmesi: Konya Örneği			

Bu çalışma; iletişimin tarihsel süreç içerisinde gelişimi, kitle iletişimin ortaya çıkışı ve günümüz toplumsal hayatına etkilerinden hareket edilerek hazırlanmıştır. Yerel televizyonların toplumsal etkisi bağlamında Konya’da bulunan yerel televizyonların; ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel alanlar başta olmak üzere yerel yönetimlerin takibi ile ilgili bir denetim mekanizması olması bakımından önemi üzerinde durulmuştur. Geleneksel medyanın önemli bir iletişim aracı olan televizyon yayıncılığı özelinde Konya’da yayın yapmakta olan yerel televizyonların sorunlarının, çalışanlarının gözüyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak; yerel televizyon çalışanlarının mesleki algısı, çalışma ortamı, yerel televizyon yayıncılığının geleceğine dair duygu, düşünce ve görüşleri üzerinden nitel bir çalışma yapılmıştır. Araştırmaya göre; yerel televizyonların mali ve teknik açıdan yetersizliği, çalışma ortamından kaynaklı sorunlar, kurumsallaşamama, basın hak ve özgürlüklerinden yararlanamama ve yöneticilerden kaynaklı problemlerin çalışanların en önemli sorunları olduğu görülmüştür. Çalışmada Konya’da yayın yapmakta olan yerel televizyon çalışanlarının sorunlarının giderilmesine yönelik uygulanabilirliği mümkün olan öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Görsel-İşitsel Medya, Yerel Medya, Türk Medyası, Anadolu Basını, Yerel Basın, Konya Yerel Televizyonları



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ABSTRACT

Author' s	Name Surname	İhsan GENÇ		
	Student Number	20811501015		
	Department	Public Relations and Advertising / Public Relations and Advertising		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Dr. Uğur ÇAĞLAK		
Title of the Thesis/Dissertation	Examination Of Local Television Problems Through The Eyes Of Employees: The Case of Konya			

This work; It was prepared based on the development of communication in the historical process, the emergence of mass communication and its effects on today's social life. In the context of the social impact of local televisions, local televisions in Konya; The importance of it as a control mechanism for the monitoring of local governments, especially in economic, political, social and cultural areas, was emphasized. It is aimed to determine the problems of local televisions broadcasting in Konya, especially in television broadcasting, which is an important communication tool of traditional media, from the employees' perspective. In this context, by using face-to-face interview technique; A qualitative study was conducted on the professional perception of local television employees, their working environment, and their feelings, thoughts and opinions about the future of local television broadcasting. According to the research; It has been observed that the financial and technical inadequacy of local television channels, problems arising from the working environment, lack of institutionalization, inability to benefit from press rights and freedoms, and problems arising from managers are the most important problems of the employees. In the study, feasible suggestions are presented to solve the problems of local television employees broadcasting in Konya.

Keywords: Visual-Auditory Media, Local Media, Turkish Media, Anatolia Press, Local Press, Konya Local Televisions

İÇİNDEKİLER

Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu	ii
Bilimsel Etik Sayfası	iii
Özet	iv
Abstract	v
İçindekiler	vi
Çizelgeler Listesi	ix
Şekiller Listesi	x
Kısaltmalar	xi
Ön Söz	xii
Giriş	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

1.1. Kitle İletişim Kavramının Tanımı ve Önemi	4
1.1.1. İletişim Kavramı	8
1.1.2. İletişimin Toplumsal İşlevleri	8
1.1.3. İletişim Türleri	14
1.1.3.1. Sözsüz iletişim.....	15
1.1.3.2. Sözlü iletişim.....	16
1.1.3.3. Yazılı iletişim	17
1.1.3.4. Görsel-işitsel iletişim.....	17
1.1.3.5. Bilişsel iletişim.....	18
1.1.4. Kitle İletişimi	18
1.1.4.1. Kitle İletişim Araçları.....	19
1.2. Medya	20
1.2.1. Medya Kavramı	20
1.2.2. Medyanın İşlevleri	21
1.2.3. Geleneksel Medya Araçları	23
1.2.3.1. Radyo	24
1.2.3.2. Televizyon.....	27

1.3. İletişim Teknolojilerinin Gelişmesi ve Yeni Medya.....	32
1.3.1. İnternet Kavramı	32
1.3.1.1. İnternetin Doğuşu	33
1.3.2. Yeni Medya ve İnternet	35
1.3.3. Sosyal Medya.....	36
1.3.4. Yeni Medya.....	40

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YEREL TELEVİZYONLAR VE ÖNEMİ

2.1. Televizyon Kavramı	42
2.1.1. Türkiye'de Televizyonun Gelişim Süreci.....	42
2.1.2. Televizyonların Yayın Çeşitleri.....	47
2.1.2.1. Yerel Televizyon Yayınları.....	48
2.2. Yerel Televizyonların İşlevleri ve Önemi	50
2.3. Yerel Televizyonların Yapısal Koşulları	52
2.4. Yerel Televizyonların Problem Alanları.....	56
2.4.1. Hukuki Problemler.....	56
2.4.2. Mali Problemler	56
2.4.3. Malzeme ve Mekân Yetersizliği	57
2.4.4. Kalifiye Çalışan Bulma Problemi	57
2.4.5. Kurumsallaşma Problemi.....	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL TELEVİZYON SORUNLARININ ÇALIŞANLARININ GÖZÜYLE İNCELENMESİ ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	59
3.2. Araştırmanın Soruları	62
3.3. Sınırlılıklar	63
3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği	63
3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	64
3.6. Bulgular ve Değerlendirme.....	64
3.7. Yerel Televizyon Çalışanlarının Sorunlarının Tespiti.....	64

3.7.1. Maddi Sorunlar	65
3.7.2. Mesleki Açidan Sınırlayan Gerekçeler	70
3.7.3. Basın Hak ve Özgürlükleri	76
3.8. Meslek İle İlgili Algı.....	80
3.8.1. Yerel Televizyon Çalışanlarının Mesleki Algısı	81
3.8.2. Yerel TV Çalışanları Mesleklerini Nasıl Sürdürmektedirler?	88
3.9. Yerel Televizyonlarda Çalışma Ortamı	95
3.9.1. Konya’da Bulunan Yerel Televizyonlarda İş Ortamı	95
3.9.2. Yerel Televizyonlarda Mali ve Teknik İmkânlar	101
3.10. Televizyon Yayıncılığının Geleceği ve Toplumsal Etkisi	107
3.10.1. Konya’da Bulunan Yerel Televizyonların Bölgeye Etkisi	108
3.10.2. Televizyon Yayıncılığının Geleceği	115
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	123
KAYNAKÇA	135
Kaynakça	135
Ekler	141
Ek-1: Mülakat Formu.....	141
Özgeçmiş	142

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1.1. Web 1.0'den Web 3.0'a İletişim Teknolojisi	35
----------------------------------------------------------------------	----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. İletişim Süreci.....	4
Şekil 1.2. İletişim Süreci 2.....	7
Şekil 1.3. Sosyal Medya Kavramının Bileşenleri.....	37
Şekil 3.1. RTÜK 2018 Yılı Televizyon İzleme Eğilimleri.....	122



KISALTMALAR

ARPA	Advanced Research Projects Agency
ARPANET	Advanced Research Projects Authority Net
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
NSFNET	National Science Foundation Network
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SKY	Sayısal Karasal Yayıncılık
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	Türk Dil Kurumu.
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
www	World Wide Web
YÖK	Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı
yy.	Yüzyıl

ÖN SÖZ

Yerel Televizyon Sorunlarının Çalışanların Gözüyle İncelenmesi: Konya Örneği adlı çalışmada; iletişim kavramının doğuşunu, tarihsel süreç içerisinde toplumsal hayata etkilerini, iletişim türlerini ve kitle iletişiminin ortaya çıkışını, yeni medyayı, kitle iletişim araçlarından yaygın ve yerel televizyonların kitleler üzerindeki etkisini ele almaya çalıştık. Mesleki olarak televizyon yayıncılığı ve TV'lerin sorunları bağlamında Konya'da bulunan yerel televizyon çalışanları ile yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler çerçevesinde; çalışanların meslek ile ilgili algıları, duygu ve düşünceleri, mesleki sınırlılıkları, TV yayıncılığının geleceği gibi başlıklar altında nitel değerlendirmeler yaptık. Çalışanların sorunlarını geniş kapsamlı olarak tespit ederek bu sorunların giderilmesine dair çözüm önerileri sunmaya çalıştık.

Öncelikle bu çalışmamda yol gösterici olan, bilgi ve deneyimlerinden yoğun olarak istifade ettiğim kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Uğur Çağlak'a ve yüksek lisans eğitimim boyunca derslerime Doç. Dr. Ali Erkam Yazar'a, Doç. Dr. Ahmet Tarık Türkmenoğlu'na, Doç. Dr. Enes Bal'a, Abdülcelil Mücahit Zengin'e ve Doç. Dr. Nuri Paşa Özer'e teşekkür ederim.

Bu çalışmanın uygulama kısmında değerli vakitlerini ayırıp, desteklerini esirgemeyen Konya'da bulunan yerel televizyonların kıymetli çalışanlarına teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak manevi desteğini esirgemeyen, bana çalışmamda güç verip yanımda duran sevgili eşime sonsuz teşekkürler...

İhsan GENÇ

Konya, 2024

GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun varlığından bu yana iletişim, insanların bir arada yaşamasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İletişim, insanlar arasında dilin kullanımıyla etkinliğini arttıran, toplumların oluşmasında ve diğer toplumları etkilemesinde en önemli rolü oynayan kavramdır. İletişim, toplumsal bir ihtiyaçtır. İnsanlar tarafından oluşturulan toplumun bir parçası olarak bireylerin varlıkları kişilerarası iletişime bağlıdır. Yani hem insanlığın gelişimine katkı sağlayan hem de bu gelişmenin sonucunda iletişim, alanını genişleten bir kavramdır.

Medya kavramının ortaya çıkmasında, iletişimin tarihsel süreç içerisindeki gelişimi ve günümüz toplumsal hayatına etkileri belirleyici bir unsurdur. Bu araştırma, iletişimin ve kitle iletişim araçlarının bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerini açıklamak ve medyanın toplumsal rolünü, medya türlerinin ortaya çıkışını her yönüyle irdelemek amacıyla hazırlanmıştır. Yaygın medya ve yerel medya toplumsal etkileri açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. İnsanların büyük bir çoğunluğunun, medya araçları vasıtasıyla iletilen enformasyonun etkisi ve egemen güçler tarafından bilinçli olarak üretilen mesajların kitleleri nasıl yönlendirdiği hususunda yeterince bilinçli olmadığı görülmektedir.

Kitle iletişim araçları insanlara bilgi, kültür ve eğlence sağlıyor gibi görünse de aslında aktarılan mesajlar, yayın ve reklam içeriklerinin kitleleri etki altına alarak onlara “Yeni bir dünya düzeni” sunmakta. Medya popüler kültürün geniş bir insan topluluğuna ulaşmasına öncülük etmiş ve karı önceleyen egemen güçlerin amaçlarına hizmet etmiştir. Kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ile oluşan enformasyon toplumu, o toplumdan farklı düşünenleri bir yalnızlığın içine itmekte. Kitle iletişim araçlarının içerisinde günümüz kitlelerini sosyal ve kültürel olarak şekillendirme noktasında şu anda en etkin olan medya türü, internet tabanlı olan yeni medyadır. Mesajı ileten ile mesajı alanın etkileşim halinde olduğu, kişilerin kendilerini iletişim sürecine dahil ettiği bir etkileşim sürecini ifade eden bu yeni iletişim şekli, insanların kitle iletişim aracı tercihlerinin değişmesine sebep olarak geleneksel medyanın etki gücünü azaltmıştır.

Geleneksel medya araçları yayınlarını ya da yayımlarını ulaştırdıkları alana göre yaygın ve yerel medya olarak ayrılmaktadır. Yaygın medya ile yerel medya yapısal koşulları ve çalışma şartları açısından karşılaştırıldığında yerel medyanın her açıdan zor zamanlardan geçtiğini görmekteyiz. Günümüzde insanların iletişim tercihlerinde, karşılıklı etkileşime dayalı olan internet tabanlı yeni medya etkili olmaktadır. Bu durum geleneksel medya araçlarının bir iletişim aracı olarak önemini yitirmesinde en önemli etkidir. Geleneksel medya içerik sağlayıcıları, medya kuruluşları ve bu kuruluşlarla ilişkili olarak ekonomik varlığını devam ettiren kuruluşlar ekonomik olarak küçülmeye giderek istihdam alanlarını daraltmaktadırlar. Televizyonlar varlığını sürdürebilmek adına ürettikleri içerik ve programları, internet ve yeni medya alanında sunmaya başlamışlardır. Günümüzde etkisini halen sürdüren televizyonlar yeni medya karşısında üstünlüğünü kaybetmemek adına hala bir arayış içerisinde.

Geleneksel medyanın toplumsal etki gücü bakımında oldukça önemli bir yere sahip olan görsel ve işitsel bir iletişim aracı Televizyonlar üzerine yapılan araştırmalar, daha çok televizyonların bir iletişim aracı olarak siyasi ve sosyal hayata etkileri üzerinedir. Televizyon çalışanları ve özellikle de yerel televizyon çalışanlarının yaşadıkları zorluklar üzerine çok fazla çalışma yapılmadığı için bu araştırma önemlidir. Yerel televizyonların çalışanlarının gözüyle incelenmesi bu alanda yaşanan sorunları gerçekçi olarak ortaya çıkarması açısından önem arz etmektedir.

“Yerel Televizyon sorunlarının çalışanlarının gözüyle incelenmesi” adlı bu araştırmanın yapılmasındaki asıl amaç, geleneksel medyanın önemli bir iletişim aracı olan yerel televizyonların sorunlarının geniş bir kapsamda ele alınması ve yerel televizyon çalışanlarının bu mesleği icra ederken, yaşadıkları zorlukların ortaya çıkarılmasıdır. Yerel televizyonların çalışma şartları, yayın yaptıkları bölgenin siyasi ve toplumsal açıdan yayın organının çalışmalarına etkileri gibi birçok sebebin yapılan mülakatlar neticesinde belirtilmesi amaçlanmaktadır. Genel olarak geleneksel medya araçlarından televizyonun ne olduğu ve sosyal hayata etkileri üzerinde durulmuştur.

Televizyon yayıncılığı özelinde yerel televizyonların; teknik açıdan, insan kaynakları açısından ve en önemlisi ekonomik kaynaklar açısından yaşadıkları zorlukların belirtilmesi amaçlanmaktadır. Özellikle yerel TV kuruluşlarının yayın hayatlarını sürdürebilmeleri için, mevcut bütçelerine oranla yüksek miktarlarda uydu kiralari ödemektedir. Gelir-gider dengesini bozan bu durumun yanında yerel televizyonların gelir kaynaklarındaki düşüşler, birçok yerel TV'nin yayın hayatını sonlandırmasına sebep olmaktadır. Yerel televizyon çalışanlarının belirtilmiş olan bu sebeplerden kaynaklı olarak mesleklerini icra etmeleri açısından ve sosyal açıdan yaşadıkları sorunların ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Öte yandan yerel televizyonların, buldukları bölgenin siyasi ve iktisadi hayatına katkıları ele alınarak bu bağlamda önemi üzerinde durulacaktır.

Yerel televizyon çalışanlarının mesleki anlamda yaşadıkları zorluklara rağmen, çalıştıkları kuruma olan tutumları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Çalışanların mesleki bakımdan ilişkileri, duygu ve düşünceleri, yerel TV kuruluşlarının gelir kaynaklarını planlama noktasındaki eksikliklerinin çalışanlara yansımaları, yayınlanacak içeriklerin üretilmesi noktasında yaşanan sorunların nitel verilere göre değerlendirilecektir.

Yerel TV kuruluşlarının kurumsallaşma noktasında yaşadığı problemler, yönetici tutumlarının çalışanlara yansımaları, kurumlarda hizmet içi mesleki ve kişisel gelişim eğitimlerin yetersizliği, basın hak ve özgürlüklerinden yararlanma noktasında yaşanan sorunlar, bu mesleği icra edenlerin ifadeleri bağlamında ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Yerel TV'lerin yayın yaptıkları bölgeye sosyal ve kültürel açıdan etkileri, çalışanların mesleklerini işleyiş açısından nasıl gerçekleştirdikleri, iş yerlerinin fiziki mekân ve insan kaynakları unsuru, yerel TV yöneticilerinin sahiplik "Medya patronluğu" gibi sektörün işleyişini etkileyen konulara yer verilecektir. Özetle, yerel televizyonların sorunlarının çalışanların gözüyle aktarılması hedeflenmektedir.

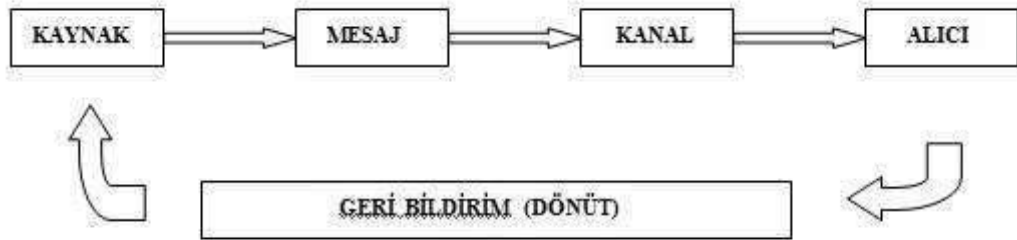
BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

1.1. Kitle İletişim Kavramının Tanımı ve Önemi

İnsanoğlunun varlığından itibaren şüphesiz ki en çok sorulan sorulardan olan ve çözümüne her daim ihtiyaç duyulan iletişim kavramı ile bu kavramın ne zaman, nasıl, ne amaçla ortaya çıktığı her daim merak konusu olacaktır. Dolayısıyla da bu konuyla ilgili birçok üretilen kavram ve fikir gündeme gelmiştir. En basit şekliyle “Kişilerin karşılıklı olarak sohbet halinde olması” ya da “Bir kişinin soru sorması, diğer kişinin de bu soruya cevap vermesi” şeklinde akla ilk gelen açıklaması bulunan iletişim kavramı, zamanla daha bilimsel şekilde tanıma kavuşmuştur. Tanımlar her ne kadar kişiye, zamana ve koşullara göre farklılık göstermiş olsa da iletişimle ilgili en temel ve vazgeçilmez bilgi, insanın doğada var olduğu andan itibaren doğmuş olmasıdır (Güngör, 2011: 35-36). Kişilerin toplum içinde ne kadar var olup ne kadar var olamayacağı da kişilerarası kurmuş olacağı iletişime göre değerlendirilmektedir (Hepkon, 2011: 21).

Aşağıdaki şekilde iletişimin kaynak ve alıcı arasında geçen bir süreç olduğu ifade edilmektedir.



Şekil 1.1. İletişim Süreci

Kaynak: <http://kitleiletisimi.blogspot.com/2013/06/iletisimin-temel-ogeleri.html>

Şekilde de görüldüğü gibi iletişimi tanımlarken kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geri bildirim unsurlarından oluşan bir süreç ifade edilmektedir.

İletişim kavramını yalnızca insan açısından değil tüm canlılar açısından ele alan tanımlara da rastlarız. İletişim alanındaki uzmanların bir kısmı tüm canlılar arasında gerçekleşen mesaj alışverişine dikkat çekerken bir kısmı da insanların davranışlarına odaklanıp bu alanda yoğunlaşmaktadır.

İnsanı diğer canlılardan farklı kılan yönler dikkate alındığında aslında iletişimin aslında insan tarafından geliştirilen benzersiz bir harekettir. Bu sayede toplumsal hafızayı oluşturan bilgi ve düşünceler hem gelecek nesillere aktarılmakta hem de daha geniş kitlelere ulaştırılabilmektedir. İnsanlık tarihi incelendiğinde bir canlı olarak insanın kendini ifade etmesi, mesajlarını iletmesi etkileşimin az olduğu zamanlarda duvar resimleri, şekiller ile mümkün olabilmekteyken günümüzde gelişmiş olan teknolojik araçlarla toplumların şekillenmesinde oldukça etkilidir (Roushanov, 2020: 5).

En genel kapsamda iletişim bir biçimde herhangi bir vasıta iletilmesi istenilen mesajın, istenilen biçimde karşılığını beklediğimiz alıcı kaynağa ulaştırılması sürecini ifade etmektedir. İletişimi halkla ilişkiler açısından ele aldığımızda; bilginin yer değiştirdiği, fikirlerin aktarımın yapıldığı ve bir kişinin diğer insanlarla anlaşıldığı bir süreci ifade eder. Ve bu durum tek yönlü değil, başkalarını anlamayı da içeren bir süreçtir. ‘Anlayış’ kavramı bu açıdan oldukça önemlidir. Bir kişi tarafından diğer kişilere gönderilen mesaj yok sayıldıysa veya yanlış anlaşıldıysa burada iletişim gerçekleşmemiş sayılmaktadır. (Fraser,2016: 50-51). İletişim bireye has olan temel nitelikler ile de ifade edilmekte. Birey biyolojik olarak varlığını idame ettirebilmek adına toplumun diğer fertleriyle iletişimini mecburi hale getirmekte. Toplumsal açıdan bakıldığında ise bireyin kendine özgü haliyle kendisi dışındaki bireylerden ayrı olarak hem de bir aidiyet duygusu içerisinde toplumun ya da bir grubun ögesi olarak değerlendirilmektedir. Kısaca iletişim düşüncelerin ve ilişkilerin ortak bir sonucunu ifade etmektedir. Bireyin toplum içerisinde varlığını koruyup kendini yenilemesi şartı iletişim olgusunu ortaya çıkaran önemli bir koşuldur (Erdoğan, 2011: 37).

İletişim kişiler arasında var olan anlamları ortak hale getirme süreci olarak da ifade edilir. Yani iletişimi iki insanın ortak hislerini, fikirlerini ve bilgilerini paylaşarak karşılıklı bir anlayışın oluşma süreci olarak adlandırabiliriz. Köken olarak Latince'deki *Communis* sözcüğünden doğup türemiş olan ve iletişim ile aynı anlamı taşımakta olan *Communication* kelimesi bir ortaklığı, toplumsal bir varlık haline gelmeyi ve bir arada olmayı ifade etmektedir (Ertekin, 2016: 29).

Gündelik hayat hızlı, yoğun, yorucu ve telaşlı bir şekilde akıp giderken, bilgi alışverişi ve bu bilgilerin güncellenmesi zorunlu bir hal almıştır. Bir nevi yaşamsal zorunluluk haline gelen iletişim de bu süreç içerisinde hayatı kolaylaştıran bir araç olmaktadır (Uğurlu, 2017:17).

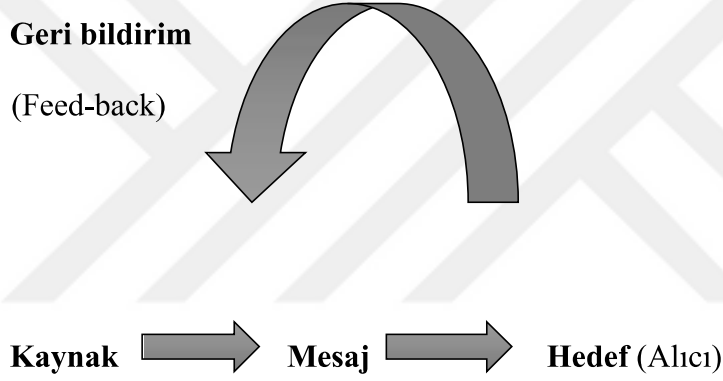
İnsanların yaşadıkları toplumda varlığını devam ettirebilmesi için temel ihtiyaçlarından olan iletişim, dünya üzerinde insanların var olduğu zamandan günümüze kadar en önemli yaşamsal zorunluluklar arasında bulunmaktadır (Uğurlu, 2017: 15). Tarih boyunca süregelen savaşlar, göçler, hastalıklar, yokluk, yoksulluk, doğal afetler gibi olaylar zinciri içerisinde insanlık, sürdürmeye çalıştığı var olma mücadelesinden “İletişim” yolu ile çıkabilmiştir. Üretim ve hayatta kalma çabası dolayısıyla bir arada yaşamayı seçmek zorunda kalan insanlık, toplumsal yaşamda yüz yüze iletişim başta olmak üzere çeşitli iletişim yöntemleri geliştirmiştir. Sonrasında ise bu iletişim, hayatın zorunlu bir parçası olarak günümüzün yaşam tarzını oluşturmuştur (Yaylagül, 2017: 15).

Gönderici (kaynak), alıcı (karşı taraf) ve ileti (mesaj) olmak üzere üç temel ögesi bulunan ve iki yönlü olarak açıklanan iletişim süreci, iletilecek olan bir mesajın, gönderici tarafından anlaşılır bir şekilde alıcıya aktarılması ve sonrasında da mesajın alıcıya ulaştığını gösteren bir geri bildirim iletilmesi şeklinde aktarılmaktadır. İletişim sürecinin gerçekleşmesini sağlayan kodlama, kod açma, kanal ve geri bildirim de iletişimin unsurlarını oluşturmaktadır. (Uğurlu, 2017: 17).

Fikir alışverişinin sağlandığı ve herhangi bir bilginin karşı tarafa aktarılmasıyla gerçekleşen iletişim sürecinde, mesajın alıcıya ulaşarak ulaşmadığı konusuna da dikkat etmek gerekmektedir. İletişim, mesajın karşıya ulaşmaması, karşı

tarafın mesajı yanlış anlaması ya da yok sayması gibi durumlarda gerçekleşmiş olarak değerlendirilemez (Mengü, 2016: 50).

İletişim kavramından bahsedildiği zaman öncelikle düşünülen durum şüphesiz ki birbiri ile diyalog halinde olan ya da dokunan veya da işaret yoluyla anlaşılan en az iki kişidir (Şimşek, 2018). Fakat bu noktada değinilen başka bir konu vardır ki o da kişilerin birbiri ile gerçekleştirdiği iletişimin sadece konuşmaya dayalı olmamasıdır. Buradan da şu anlam çıkmaktadır, bireyle karşılıklı olarak birbirleriyle sessiz bir şekilde dursa dahi bu durum aralarında bir iletişimin başlamış olacağı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda iletişim kavramını sadece görsellik, sadece işitsellik ile tanımlamak doğru olmayacaktır (Dursun, 2013: 11-20).



Şekil 1.2. İletişim Süreci 2

Kaynak: İletişimin başlangıcını sağlayan kişi olan kaynak, mesajın hedefe ulaşılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Kaynağın mesaj aktarımı sırasında meydana getireceği herhangi bir sorun, iletişim sürecine olumsuz etki edeceğinden dolayı, alıcıya ulaşılan mesajı aktarırken kaynağın sorunsuz olması gerekmektedir.

Mesaj: İletişim sürecinin gerçekleşmesini sağlayan kaynağın, alıcıya göndermiş olduğu mesaj, yani kaynağın, alıcıya iletecek olduğu herhangi bir bilgi, mesaj olarak adlandırılmaktadır.

Hedef: İletişiminin var olabilmesi için zorunlu olan unsurlardan biri olan hedefi (alıcı) ise kaynağın mesajı aktarmış olduğu kişi şeklinde açıklamak mümkündür (Dursun, 2013: 11-35).

1.1.1. İletişim Kavramı

İlk olarak ne zaman kullanıldığına yönelik pek elle tutulur bir bilgi bulunmasa da (Güngör, 2011: 36) Türkçede Latince'de ki *communis* kelimesinden türetilmiş olan *communication* kavramının karşılığı olarak yer bulan *iletişim* kavramı, herhangi bir olay, durumu ifade etmek amacıyla kullanılan simgelerin kişiler arasında gönderimi, alımı ve tekrardan işlenerek gönderilmesini açıklamak amacıyla kullanılmaktadır. Kişilerin düşüncelerini, edindiği bilgileri veya duygularını aktarma durumu olan iletişim, çift taraflı işleyen bir süreç olmaktadır. Bu süreç, mesajı aktaran kişi ve mesajın aktarıldığı kişi arasında gerçekleşmektedir (Bektaş, 2019: 98-101).

İletişimi, yalnızca anlamların aktarımı olarak değil, 'iletişimde taraf olanların yarattıkları ortak anlamların ortak paylaşımı biçiminde işleyen bir süreç' şeklinde kapsamlı bir şekilde değerlendirdiğimizde iletişim, veri, bilgi, mesajı aktarıcı konumunda olan kaynağın edinmiş olduğu bir olay, mesaj veya durumu kodlayarak sinyal haline getirip alıcıya aktarması ve alıcının da aktarılan mesajı algılayıp yorumlayarak tekrardan kaynağa iletilmesi şeklindeki süreç olarak açıklanabilmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 2).

İletişim kavramını açıklama çabasında olan Schramm da iletişimi "kaynak, mesaj ve hedef" öğelerinden bağımsız düşünmemektedir. İletişimi açıklarken bu üç kavramdan yararlanmakta ve iletişim sürecini gündelik yaşam içerisinde örneklenirerek iletişim için "Bir bildirişimde bulunduğumuz zaman karşımızdaki ile bir ortaklaşma yaratmak istiyoruz. Yani ikimiz birlikte aynı bilgilere, aynı düşünceye veya aynı tutuma sahip olmayı, paylaşmayı istiyoruz" sözleriyle açıklamaya çalışmaktadır (Schramm, 1985: 99; Akt., Anık, 2014: 160).

1.1.2. İletişimin Toplumsal İşlevleri

"Neden iletişim kurarız", "İletişime neden ihtiyaç duyarız", "İletişim kurmak insanlara ne gibi katkılar sağlar" gibi çeşitlendirilebilecek sorular bizi, iletişimin amaçlarını çözümlenmeye götürür. Bu bağlamda karşımıza iletişimin, bilgilendirmek,

ikna etmek, motive etmek, karşılıklı anlayış oluşturmak gibi amaçları çıkmaktadır. Buna göre;

1. *Bilgilendirmek:* İletişim kavramını konuştuğumuzda ilk olarak tartışılan “ileti” sözcüğünde olduğu gibi, iletişimin ilk ve temel amacı herhangi bir bilgiyi başka bir kişi veya başka bir topluluğa iletmektir.
2. *İkna etmek:* İkna etme amacı bulunan iletişim ile karşı tarafı herhangi bir konuda istenilen düşünceye yönlendirme gerçekleşmektedir.
3. *Motive etmek:* Yine aynı şekilde iletişimin bir diğer amacı, karşıdaki kişileri bir şekilde herhangi bir konuda motive ederek desteklemektir.
4. *Karşılıklı anlayış oluşturmak:* Bir konuya karşı farklı düşüncelerin yer edindiği noktada iletişim kurularak ortak düşünce oluşturulmaktadır (Mengü, 2016: 50).

İletişimin toplumsal anlamda bakıldığındaki işlevleri, enformasyon, toplumsallaşma, kültürel gelişim, isteklendirme, tartışma, eğitim, eğlence, bütünleşme, ikna, bildirişim, kontrol etme ve kişinin kendini ifade etmesi olarak açıklanmıştır. Genel olarak iletişimin toplumsal işlevleri anlatılacak olursa,

Enformasyon: İnsanoğlu, yaşadığı çevre ya da uzak çevresinde neler olup bittiğini, yakınlarının akıbetleri hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacına sahiptir. Bu ihtiyaca karşılık veren iletişim sayesinde kişi, toplumla kendi arasında bir bağ kurar ve kurduğu enformasyon ile dünya üzerine anlamlandırma yapabilir.

Toplumsallaşma: Genel anlamda bakıldığında iletişimin ‘Toplumsal’ işlevleri arasında en önemli sırayı alanı, ‘Toplumsallaşma’ olgusuna katkı sağlaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişinin iletişim kurarak toplum içerisinde bireylerle bağ kurması ve kendini o toplum içerisinde var etmesi, toplumsallaşmanın temel yapı taşları arasındadır.

Kültürel gelişim: Kültürün yaygınlaşması ve yok olmadan kendini geliştirebilmesi için yeni nesle aktarılmasını gerekmektedir. Bu durum ise iletişim

aracılığı ile inançlar, gelenek-görenekler, sanat gibi kültürü oluşturan olguların aktarılmasıyla gerçekleşmektedir.

Motivasyon: İletişimin bir diğer toplumsal işlevi olan isteklendirme ise bireyin toplumda kendini var edebilmesi için ihtiyaç duyduğu motivenin, bireyler arası kuracağı iletişim ile etkili olması anlamına gelmektedir.

Tartışma: İnsanlar her zaman aynı düşüncelere sahip olmamaktadır. Kişilerin birbirlerini herhangi bir konuda ikna edebilmesi için yaratılan tartışmalar, iletişim aracılığıyla oluşarak toplumsallaşmaya katkı sağlamaktadır.

Eğitim: Her anlamda ilerlemenin sağlanmasına ve medeniyetlerin gelişmesine yardımcı olan eğitim, iletişim kurarak etkili bir hale gelmektedir.

Eğlence: İnsanların gündelik hayatın sıkıntılarında bir nebze olsun uzaklaşmak amacıyla ihtiyaç duyduğu ve herkese göre değişkenlik gösteren 'Eğlence' kavramı, iletişim aracı ile gerçekleştirilebilmektedir.

Bütünleşme: Kültürlerin gelişimini sağlayan ve bu şekilde de toplumsallaşmaya hizmet eden iletişim, insanların tanımış oldukları kültürler ile birlikte aralarında kurduğu birleşme ve bütünleşmeyi var etmektedir.

İkna: İletişimin toplumsal işlevlerinden olan 'Tartışma' kavramını açıklamaya çalışırken sözü edilen, kişilerin bir başkasını herhangi bir konuda ikna etmesinde etkili olan iletişim, bu noktada devreye girmektedir ve 'İkna' denilen, 'Kabullendirme' olayı iletişim sayesinde oluşmaktadır.

Bildirişim: 'Bildirmek' olarak akılda yer edebilecek bildirişim, iletişimin bir diğer toplumsal işlevi olmaktadır ve kişilerin toplum içerisinde herhangi bir mesajı bildirmesi iletişim sayesinde gerçekleşmektedir.

Kontrol etme: Görevleri açıklayan iletişim ile kontrol sağlanmaktadır.

Kişinin kendini ifade etmesi: İletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi için temel kurallardan biri büyük çoğunlukla, mesajın doğru aktarılması ile

alakalıdır. Bunun gerçekleşmesi için de kişi, kendini doğru bir şekilde karşıya anlatmak zorundadır. Kurulan doğru bir iletişim ile de bu sağlanmaktadır (Erol, 2021: 18).

İletişim kavramının önemini insan hayatına olan etkisini göz önünde bulundurarak değerlendirmek gerekir. İletişim ile ilgili yukarıda farklı kaynaklardan ele alınan tanımların değerlendirildiğinde insan unsurunun ön planda olduğunu görmekteyiz. Toplum var eden insanlar arasında doğal bir biçimde ortaya çıkan ilişkiler örüntüsü iletişimin en hassas noktasıdır. Bireyin toplum içerisinde etkili, üretken ve inandırıcı olabilmesi iletişim sayesinde gerçekleşmektedir. İletişim bilinen insanlık tarihinin ilk dönemlerinden bu yana yaşamsal alanı, bağlı olduğu toplumsal bütünlük içerisindeki var olma mücadelesinde en önemli koşulu oluşturmuştur. İnsanın dünya üzerindeki varlığı, belirgin canlı özellikleri olan düşünme ve düşündüklerini ifade etmenin doğal bir sonucu olarak iletişim kurmasını mecbur kılmıştır. Dil iletişim sürecini başlatan en önemli olgudur. İnsanlar arasında bir etkileşimin doğması ve etkileşimin de iletişim süreci olarak ifade edilmesi ancak dilin kullanımıyla gerçekleşmiştir. Bireylerin anlaşma aracı olarak kullandıkları dil, fikirlerin tesirli biçimde paylaşılmasına imkân sağlamıştır (Erbaşlı, 2020: 11).

İletişim insanlık tarihi açısından ele alındığında insanın varlığını sürdürmesi açısından oldukça önemlidir. İnsan hayatını tehdit eden doğal felaketler, salgın hastalıklar gibi etkenler ile başa çıkma konusunda iletişim birlikte hareket etmeyi mecburi kılan bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan toplumsal birlikteliğin sonucu olarak ortaya çıkan yokluğa, imkânsızlığa, toplumsal sınıflar arası üstünlük kurmak amacıyla çıkan savaflara karşı bir çözüm bulabilmek adına iletişim önemli bir araç haline almıştır. Bir toplumsal olayı izah ederken toplumsal olarak var olabilme ve bu varlıktan doğan toplumsal us arasındaki örüntü önemli bir başlangıç noktasını doğurmaktadır. İnsanın özü ve içinde bulunduğu topluluğa ait fikirlerinden mi hareket edilmeli yoksa insanların fiziki var olma şartları mı bu düşünceleri önemli hale getirmekte. Bu durum önemli iki temel yaklaşımın ortaya çıkmasına yol açmakta. İdealizm yaklaşımı insan bilinç ve düşüncesini önceleyerek varoluşu izah eder. Materyalizm ise insanın üretimini önceler ve bu üretim durumu insan

iradesinden uzak üretici güçlerin gelişim seviyeleriyle açıklar. İnsanlar dünyaya geldikleri dönem içerisinde çevresinde var olan bir üretim şeklinin organı olur.

Tarihsel süreç içerisinde bir arada yaşayan insanlar için iletişim zorunlu bir hal almıştır. İnsan yaşadığı dönemin şartlarına göre gerek yüz yüze gerekse iletişim için gerekli olan aygıtlar aracılığıyla iletişim kurmuştur. Bu anlayışa göre iletişim için oldukça önemli olan dil bir arada yaşamının doğal sonucu olarak ortaya çıkmış, fikirlerin doğup yayılmasına aracılık etmiştir. Kendi dışındaki dünyayı dil aracılığı ile öğrenen insan, duygularını ve fikirlerini diğer insanlara aktararak hem yaşantısını çeşitlendirmiş hem de içinde yaşadığı toplumun gelişimine katkı sağlamıştır. İnsanları bir arada tutan en önemli olgu üretimdir. İletişimin ortaya çıkmasında ve insan hayatında önemli bir hal almasında bir arada bulunmak, birlikte doğayı şekillendirip üretmek toplumsal ilişkilerle mümkündür. Bu ilişkiler bütünü iletişimi şekillendirip günümüzdeki yoğun etkileşime bir alt yapı hazırlamıştır (Yaylağül, 2016: 13-15).

İnsanlar iletişim sayesinde aralarındaki ilişkileri güçlendirip yaşamsal faaliyetlerini kolaylaştırmışlardır. Toplu halde yaşamının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan etkileşimin yönünü ve şeklini tayin eden en önemli unsur olan iletişim, insanın toplumsal etkinliğini arttırarak, üretken hale getirmiştir. Bu üretkenliğin derecesini belirlemede dil oldukça önemli bir yere sahiptir. Hislerin ve fikirlerin en yalın haliyle aktarılmasında dil insanlar arasında bir köprü vazifesi kurup iletişimin gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. İletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesinde dilin dışında sözsüz iletişim de oldukça önemlidir. Bireyin iç dünyasında başlayan kişi içi iletişim, duygu ve düşüncelerini davranışlarıyla örtüştürmesi sürecini ifade etmekte. Bireyin iç iletişiminde yaşadığı sorunlar bazı psikolojik sorunların doğmasını tetiklemekte. Kişiler arası iletişim insanın iç dünyasında yaşadığı duygu ve düşüncelerin diğer insanlarla paylaşılmasını ifade eder. Bu paylaşım sözlü ya da davranışsal olarak gerçekleşir. Kişiler arası iletişim bireyin başarısını ya da başarısızlığı belirlemede son derece etkilidir. İnsan bir toplumsal varlık olarak diğer insanlarla sağlıklı iletişim kuramazsa içine kapanık, şüpheli ve şiddet yanlısı olmak gibi çeşitli ruhsal problemler yaşamaktadır. İnsanların davranışlarının oluşmasında

ve şekillenmesinde içinde bulunduğu toplumun normları, kültürel yapısı oldukça etkilidir. Toplumların ortak yaşam ürünü olan kurallarla ters düşen davranış ve söylemler geliştiren bireyler, yaşamış olduğu içerisinde ötekileştirilebilmektedir.

Bu durum bireyde birtakım mutsuzluklara ve endişelere sebep olmaktadır. İnsanlar tarafından yoğun olarak tercih edilen bu iletişim şekli toplumsal yaşamı da dolaylı olarak etkilemektedir (Erbaşlı, 2020: 11-13).

İletişim bireylerin yaşadıkları toplumla uyum sağlamaları için oldukça önemlidir. Bu sebeple bireyler değişik iletişim araçlarıyla belirli iletiler oluşturup iletişim gereksinimlerini karşılamaktadırlar. İletişimin zayıf olduğu toplumlarda insanları bir arada tutan sosyal bağlar kopuk olur ve toplumsal normların dikkate alınmadığı bir topluluk sadece kalabalıktan ibaret olur. İletişim bireye hem toplumsal hem de kişisel yarar sağlamaktadır. İnsanlar hayatlarının farklı dönemlerinde değişkenlik gösteren yaşamsal gereksinimlerinde de iletişimi etkin olarak kullanırlar.

İnsanların herhangi bir iletişim faaliyeti içerisinde olmadan hayatını devam ettirmesi oldukça güçtür. Yazılı ve görsel basından edinilecek duyular, sokak tabelaları, trafik işaretleri vb. iletişimin insan hayatı için gerekli olan paydaşlarıdır. Günümüzde özellikle internet hayatımızın en önemli ögesi haline gelmiştir. Birçok yaşamsal ihtiyaç internet ağları kullanılarak giderilmektedir. Toplumların gelişiminde, bilgi ve deneyimlerin gelecek nesillere aktarılması dil ve dolayısıyla yazı ile mümkün olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu durum sanal ortamlarda kayıt altına alınmakta ve daha geniş kitlelere daha hızlı bir şekilde ulaşmaktadır. İletişim bir yandan toplumsal gelişime katkı sağlarken bir yandan teknolojinin gelişmesiyle etkileşimi artırmıştır. (Tuna, 2012: 5).

İnsanın topluma uyum sağlaması ve kültürün bir parçası olması dilin gelişimine ve iletişime bağlıdır. İnsanlık sayesinde gelişen bilim ve teknoloji ile ulaşılan son duruma bakıldığında kâinatta insanın dışında var olan hiçbir varlığın iletişim açısından bu seviyede olmadığı görülmekte. Bu durum insanların topluluk içerisinde birbirini tamamlayan bir varlık olduğunun ve bilinçli bir iletişim kurarak o toplumun anlamlı bir parçası haline geldiğinin göstergesidir. (Avcı, 2013: 13-14).

İletişim insanların birbirini karşılıklı olarak etkilemesi sürecini ifade eder. Bireyler toplum içerisinde kendi fikir dünyasının ürünleri olan duygu ve düşüncelerini diğer bireylere iletir ve bu diğer bireyler de iletimi algılar.

İnsanlar bu iletimi kendi düşünce ve duygularının karşısındakine tesir etmesi, özümsemesi veya düşünce duygularıyla ilgili bir istekte bulunması maksadıyla gerçekleştirmektedir. İletişim insanlar arasındaki etkileşim kadar kişinin kendini fark etmesi açısından da önemlidir. İletişim sayesinde insanlar dünyayı fark edip algılar ve bu etkileşim ile farkına varamadığı durumları tespit eder. İletişim bir toplum içerisinde farklı statüleri olan tüm insanları kapsamı açısından da önemlidir. İnsanların birbirlerini doğru bir biçimde anlamaları ve tanımaları, iyi bir iletişim kurmaları problemlerin çözümünde oldukça önemlidir. Toplumsal hayatın bir parçası olabilmek için gerekli olan bilgi ve becerilerin kazanılmasında da iletişim önemlidir. İletişim bilgi paylaşımı ortaya çıkarır. Ve bu paylaşım hem bireye hem de içinde yaşadığı topluma katkı sağlar. İnsanlar arasındaki ilişkilerin iyi olabilmesi ve bu ilişkilerin şekillenmesi iletişim sayesinde gerçekleşmektedir. İletişim hem eğitim hem de yönetim açısından bir etkileşim sağlama faaliyetidir. Herhangi bir yönetme sürecinde buyrukların doğru iletilmesi, işleyişin ve hedeflerin bireylere aktarılması iletişim sayesinde mümkündür. İletişim karşılıklı bir süreç olduğundan dönütlerin sağlanmasına ve buna göre sürecin şekillenmesine katkı sağlamaktadır. (Menderes, 2019: 51-53)

1.1.3. İletişim Türleri

İletişim kavramı değerlendirirken sadece kişilerin karşılıklı olarak sözlü ya da sözsüz gerçekleştirdiği bir bilgi alışverişinden ziyade farkında olmadan hayata geçirilen eylemler de iletişim olarak adlandırılmaktadır. Örneğin bir kişinin yolda yürürken gözüne ilişen bir tabelada okuduğu bir yazı, herhangi bir kişinin üzerindeki bir kıyafete gözünün çarpması ya da televizyonda görülen, radyoda duyulan bir yayın da iletişim süreci şeklinde açıklanır. Genel olarak bakıldığında da insanların isteyerek ya da istemeyerek, farkında olarak ya da fark etmeyerek sergilediği eylemler iletişim sürecinin bir parçasıdır (Vural, 2014: 4).

Genel itibariyle çoğunlukla mutabık kalınan iletişim türlerini sözlü, sözsüz, yazılı, görsel-işitsel ve bilişsel olmak üzere beş kategoride toplamak mümkündür. Buna göre;

1.1.3.1. Sözsüz iletişim

İletişimin en temel aracı olarak “dil” olurken, iletişim sadece dil aracılığıyla meydana gelen bir süreç değildir. Dil kullanılmadan gerçekleşen iletişim sürecini de bu bağlamda “Sözsüz iletişim” olarak açıklama mümkündür. Sözün oluşmadığı zamanlardan beridir varlığını sürdüren sözsüz iletişim, en ilkel davranış olarak karşımıza çıkmaktadır (Vural, 2014: 53).

İlk iletişim türü olarak kabul gören ve bunda fikir birliği sağlanan, (Güngör, 2011: 38) beden hareketleri, jestler, mimikler, vurgulamalar gibi sözlü gerçekleştirilmeyen ve ses tonunun kullanılmadığı iletişim türü “Sözsüz iletişim” olarak adlandırılmaktadır (Uğurlu, 2017: 18-22). İletişim araçlarının daha gelişmediği, sözün ve yazının daha kullanılmaya başlamadığı dönemlerde zorunlu bir şekilde yaygın olarak kullanılan sözsüz iletişimin yöntemi bu doğrultuda “İlkel iletişim yöntemi” olarak da düşünülebilir. İlkel ve yerel olan bu iletişim yöntemi, sözlü ve yazılı iletişime geçildiği zamanlarda ise dillerin bilinmemesi dolayısıyla da iletişimi sağlamak amacıyla zor olsa da tercih edilmektedir. Bu noktada devreye giren jest, mimik ve beden hareketleri sözlü, yazılı iletişim geçerli olduğu zamanlarda da iletişim aracı haline gelmektedir (Güngör, 2011: 38).

Sözlü iletişim, geri bildirim anında sağlanmasından dolayı en sağlıklı iletişim yöntemi olarak değerlendirilirken, sözsüz iletişim ise beden dilinin, insanların gerçekliği yansıtıp yansıtmadığını göstermesi sebebiyle dilin söylediği yalanların anlaşılmasına olanak sağlamaktadır.

Sözsüz iletişim araçları

- Ses tonu düşüklüğü veya yüksekliği,
- Konuşmanın ritmi,
- Konuşma sesi,

- Konuşma hızı,
- Konuşma esnasında verilen aralar olarak açıklanırken

Sözsüz iletişim unsurları

- Beden duruşu,
- Jestler,
- Mimikler,
- Göz teması,
- Yürüyüş,
- Koku,
- Dış görünüş unsurları (kıyafet, saç şekli, kullanılan aksesuarlar) şeklinde çeşitlendirilebilir (Uğurlu, 2017: 18-22).

1.1.3.2. Sözlü iletişim

Kişiler arasında sadece dilin kullanımıyla sözel olarak gerçekleştirilen sözlü iletişim, yüz yüze veya ses aktarıcı telefon, telsiz gibi araçlar kullanılarak gerçekleştirilmekte ve geri bildirim hızı ile iletişimin hızı olmasına da kişiler arasında gerçekleşen iletişimde yanlış anlaşılmalara ortadan kalkmasını sağlamaktadır. (Uğurlu, 2017: 18). Temelde bakıldığında ‘Söz’ ün kullanılarak gerçekleştirildiği iletişim biçimi olan sözlü iletişimin, insanların sesi harflere dönüştürmeye başladığı andan itibaren başladığı düşünceleri iletişim araştırmalarında yer edinmektedir. Bu da bize, “‘Söz’ var olduğundan itibaren sözlü iletişimin de var olduğunu ifade etmektedir. Sözü kullanılmaya başlanmasının ardından geçerliliği olan sözlü iletişim de yazının icat edileceği zamana kadar, en yaygın olarak kullanılan iletişim biçimi olma özelliğini korumuştur. Dolayısıyla da bu süre içerisinde gerçekleşen kültür de sözlü ve sözsüz iletişim doğrultusunda gelişmiştir (Güngör, 2011: 39). Sözlü iletişim örnek vererek açıklanacak olursa, yüz yüze yapılan her türlü görüşme, telefon görüşmeleri, sunumlar, ağlamak, gülmek gibi çeşitlendirilebilecek olan her türlü sesin iletilmesiyle gerçekleştirilen iletişim, bu örnekler arasında olmaktadır. Sözlü iletişim

oluştugu zaman karşıdaki kişinin tepkilerinin (geri bildirim) anında diğer tarafa iletilme olanağı bulunmasından dolayı sağlıklı bir iletişim gerçekleştirilmiş olur (Uğurlu, 2017: 18).

1.1.3.3. Yazılı iletişim

Yazı kullanarak alıcı ve gönderici arasında gerçekleştirilen iletişim türü olan yazılı iletişim, kayıt altına alınabilmesi sebebiyle daha güvenilir bir iletişim yöntemidir (Uğurlu, 2017: 18-22). Yazının icadı ile kendini var eden yazılı iletişim, değişen toplumsal yaşamın kolaylaşmasına da katkı sağlamıştır. Yazının icadıyla gerçekleşen bu toplumsal kolaylık, insanoğlunun kendi tarihini oluşturmasına yardımcı olmuştur. Bu sayede toplumsal yaşam içerisinde okur-yazarlık bilip bilmemesi sebebiyle doğan bir hiyerarşik düzen de meydana gelmiştir. Tüm bu değişimlerin sebebi olan yazılı iletişim hala daha en çok kullanılan iletişim trlerinden olma özelliğini korumaktadır (Güngör, 2011: 40)

Sözsüz iletişim, karşıdaki kişinin o an doğru bir ifade kullanıp kullanmadığını ispatlayıcılığı açısından güvenilir bir Şekilde görülürken, sözlü iletişim de karşılıklı olarak gerçekleştirilen iletişim esnasında geri bildirim anında sağlanması dolayısıyla en sağlıklı iletişim olarak nitelendirilirken, yazılı iletişim de kalıcılığı bulunması ve iletişim sağlanırken düşünüp, zamanı iyi bir Şekilde kullanarak mesajın istenilene en uygun Şekilde aktarılmasını sağlayıcılığı bulunması sebebi gibi olumlu özellikleriyle ön plana çıkmaktadır (Uğurlu, 2017: 20).

1.1.3.4. Görsel-işitsel iletişim

İletişimin görüntü ve ses kullanılarak gerçekleştirildiği bu iletişim türüne, günümüzde kullanılan iletişim araçlarıyla birlikte yazının bulunmasından önce kullanılan mağara duvarlarındaki resimler de örnek olarak gösterilmektedir (Uğurlu, 2017: 18-22).

Direkt olarak gözle, kulakla, görsel ve işitsel algıyla bağdaştırılan görsel-işitsel iletişim, yazının olmadığı zamanlardan, yazının icadı ile gelişen teknoloji beraberinde Şekillenen gündelik hayat içerisindeki her alanda kendine yer

bulmaktadır. Yazının olmadığı dönemlerdeki ilkel yaşamda mağara içlerine çizilen resimlerle göze, dumanla haberleşme sağlarken de kulağa hitap etmesiyle başlangıcı kabul edilen bu iletişim türü, yazının icadından sonra ve teknolojinin gelişmesinden sonraki süreç içerisinde de gazete, radyo, televizyon sinema ve internet gibi kitle iletişim araçlarıyla da varlığını sürdürmektedir. Mağaralara çizilen resimlerle boy göstermesinden dolayı da görsel-işitsel iletişimin, yazılı iletişimin temellerini oluşturduğu düşünceleri bulunmaktadır. (Güngör, 2011: 40)

1.1.3.5. Bilişsel İletişim

Sanal dünyada teknolojik iletişim araçları kullanılarak bilgi aktarımı sağlanan iletişim türü “bilişsel iletişim” olarak adlandırılmaktadır (Uğurlu, 2017: 18-22).

1.1.4. Kitle İletişimi

Genellikle, “Bir yerde toplanmış insan yığını” olarak açıklanan “Kitle” kavramını Gustav Le Bon, “Milletleri, meslekleri, cinsiyetleri, kendilerini bir araya toplayan rastgele bireyler topluluğu” olarak açıklıyor (Bülbül, 200: 2).

Dünya üzerinde canlı varlıkların yaşam belirtisinin göstergesi ve hayatta kalmanın zorunlu eylemi olan iletişim, canlıların çevresel etkileşimini sağlayan yaşamsal faaliyettir. Gerek kullanılan teknik araçlar gerekse iletilen mesaj ve seslendiği kişiler yönünden iletişim kavramından farklılık gösteren kitle iletişimi, teknolojinin gelişimiyle birlikte hızlı, kolay ve etkileşimli bir şekilde gerçekleşmektedir (Sokolov,1995:18; Akt., Yıldız, 2014: 12-13).

İnsanlığın, iletişimin varlığından itibaren en fazla kullandıkları iletişim yöntemi olan yüz yüze iletişim, teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim teknolojilerinde de değişimlere sebep olmuştur (Yaylagül, 2016: 17). Teknolojik gelişmelerin hayatın her alanına etki etmesiyle birlikte iletişim kavramı, kitle iletişimi boyutunu kazanmıştır ve bununla birlikte iletişim kavramı günümüzde kitle iletişimi kavramıyla beraber kullanılmaktadır (Yıldız, 2017: 6).

Maletzke'nin genelleyici tanımına göre kitle iletişimi “İletilerin kamusal, dolaylı, tek yönlü teknik bir araç sayesinde dağılık bir kitleye iletildiği süreç” olarak

açıklanmaktadır. Kitle iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilen kitle iletişimi, iletişimde zaman ve mekân dayatmasını ortadan kaldırması sebebiyle hızlı bir şekilde kabul görmüştür. Kitle iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilen bu iletişim türünde, birden fazla kişiye, kitleye aynı anda seslenebilme ve iletişimi geniş topluluklarla kolaylıkla sağlama gerçekleşmektedir. Teknoloji beraberinde kitle iletişim araçları ne kadar fazlalık ve çeşitlilik gösterirse, iletişim de o yönde kolaylık yaşayacaktır (Güngör, 2011: 49)

Toplumun çoğunluğunun veya önemli bir kısmının iletişim kurabilme gereksinimine karşılık bulan kitle iletişiminde bütün bir toplum alıcı konumunda olur ve kitlelerle iletişim gerçekleştirilir (Bektaş, 2018:115). Örgütsel bir yapılanma içerisinde şekillenen bu iletişim biçimi, iletişimin konu edindiği alanlarda en başta söz sahibi olan yüz yüze iletişim ya da diğer iletişim türlerinden farklılaşmaktadır (Yaylagül, 2017: 16). Toplumsallaşmanın gerekli kılındığı sosyal yaşam içerisinde bu gerekliliğin temel unsuru haline gelen kitle iletişimi, teknolojik gelişmelerin yaşanması beraberinde kitle iletişim araçlarının artması ile kitlelerin birbiriyle iletişimini kolaylaştırmaktadır (Bektaş, 2018: 97).

1.1.4.1. Kitle İletişim Araçları

Mesajların yüz yüze iletişimde olduğu gibi sınırlı bir topluluğa aktarılması durumunu gelişen yeni iletişim teknolojileriyle birlikte tersine çevirerek mesajların kitlelere ulaşımını sağlayan ve bu duruma “kitle iletişimi” denilmesini sağlayan bu teknolojik araçlar da “kitle iletişim araçları” olarak adlandırılmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 4).

Sadece insanların boş vakitlerini değerlendirecekleri imkânı sağlama özelliği bulunmayan kitle iletişim araçlarının bununla birlikte, kişilerin eğlence hayatlarını yönlendirme ve yakın çevrelerle birlikte dünyada olup bitenlerin öğrenilmesine olanak sağlama işlevi de vardır. Dolayısıyla da kitle iletişim araçları, bilgi aktarımı sağladığı insanlar ve toplumlar üzerinde fikir birliği ya da ayrılığı meydana getirerek toplumsal bir düzen de yaratmaktadır. Bu sayede kitle iletişim araçları sosyal

yaşamdan ikili ilişkilere, ekonomiden siyasete kadar birçok alanda yapıcılığı bulunan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Bektaş, 2018: 116).

Teknolojik gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda kitle iletişim araçlarının sınıflandırılması da yazılı kitle iletişim araçları, işitsel kitle iletişim araçları ve görsel-işitsel kitle iletişim araçları olarak değişmiştir. Buna göre kitle iletişim araçları, yapısı dikkate alınarak;

- Yazılı kitle iletişim araçları: Gazete, dergi, bülten, broşür, billboard,
- İşitsel kitle iletişim araçları: Radyo, ses kasetleri,
- Görsel-işitsel kitle iletişim araçları: Televizyon, video, multivizyon gösterileri şeklinde sınıflandırılmaktadır (Yıldız, 2010: 8).

İletişimin gerçekleştirmiş olduğu boş vakit değerlendirme, eğlendirme gibi işlevlerin yanı sıra teknolojik gelişmelerle birlikte kişilerin yakın çevrelerinde veya dünyada olup biten olaylar hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayan kitle iletişim araçları, hızlı bir şekilde bilgi alışverişi sağlamasıyla da gündelik yaşamda büyük bir yer bulmaktadır (Bektaş, 2018: 115).

1.2. Medya

Haberleşme ve bilgi alma, insanoğlunun var olduğu zamandan itibaren günümüz dünyasına kadar zaruri bir ihtiyaç olmaktadır. Gelişen teknoloji ve değişen dünya düzeni içerisinde de insanlığın varlığından itibaren duyduğu bu ihtiyaca karşılık bulacak kavram da “medya” olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Medya Kavramı

Latince ‘ortada bulunan’, ‘aradaki’, ‘araç’ anlamına gelen “medium” kelimesinden gelen (Özutku vd., 2014: 9) ve Türkçeye 1991 yılında dahil edilen medya sözcüğü, “mass media” kelimesinden çevrilerek, gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyon gibi yazılı ve görüntülü yayın araçlarını tanımlamak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (Usluata, 1995: 45; Akt., Talimciler, 2003:16). Medya kavramını açıklamasını yaparken sadece tek bir yayın organından bahsetmek eksik

bir tanımlama olacaktır. Bu sebeple bu tanımlama içerisine gazete, dergi, kitap, radyo, televizyonla birlikte internet ve sosyal medyayı da ekleyerek kitle iletişim araçlarının geneliyle bir tanımlama yapmak daha geçerli olmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 5).

Medya ifadesi kullanıldığında, iletişimin gerçekleşmesini sağlayan kaynak ve alıcı arasındaki mesaj aktarımını sağlayan temel süreç belirtilmektedir (Özutku vd., 2014:10).

1.2.2. Medyanın İşlevleri

Haber verme, bilgilendirme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı yaratma, eğitime, kültürün gelişimine katkı sağlama, eğlendirme ve toplumsal bütünleştirmeyi yerine getirmek medyanın işlevleri arasındadır. Medyanın topluma yönelik gerçekleştirdiği olumlu eylemleri şöyle açıklanmaktadır;

- Çevreyi gözlemleyerek çevrede bulunan ve topluluğu etkileyen tehlike ve imkânları ortaya koyar.
- Haberleri, okuyucu kitlesinin davranışlarını eş güdecek biçimde seçer, değerlendirir ve yorumlar.
- Toplumsal mirasın sonraki kuşaklara aktarılmasında önemli bir rol üstlenir.
- Tehlike ve fırsatları haber veren bekçidir.
- Önemli toplumsal sorunlar konusunda uzlaşma ve karara varmayı kolaylaştırmak üzere alternatifler sunan danışmanlardır.
- Toplumun yeni üyelerine kurulu kültürü ileten öğretmendir.
- Güldüren, dinlendiren, eğlendirir.
- Ticareti hızlandıran ve genişleten iş adamıdır.
- Anlamlı bir çerçeve içinde günün olaylarını doğru, tam ve mantıklı bir biçimde sunar.

- Kanaat ve eleştirilerin değiş/tokuş edildiği bir forum oluşturur.
- Toplumun amaçlarını ve değerlerini sunar (Yüksel ve Gürcan, 2005: 6-7).

Haber ve bilgi verme, eğitme ve eğlendirme, denetleme ve eleştirme, toplumsallaştırma, kamuoyu oluşumuna katkı sağlama ve kamuoyunun kendini var etme çabasına karşılık vermek, medyanın olumlu işlevleri arasında gösterilmektedir. Bunların yanı sıra medyanın topluma yönelik aşağıda sıraladığı gibi birçok olumsuz etkileri üzerinde de durulmaktadır;

- Medya, toplumda bazı kesimlerin, bir diğerleri üzerinde etki yaratabileceği, toplumun, istenildiği gibi düşünmesini, davranmasını, tavır alarak tutum oluşturmasını sağlamada kullanılabilir. Medyanın propagandaya hizmet etme durumu burada daha çok karşımıza çıkmaktadır.
- Medyanın, sunmuş olduğu kurmaca dünya ile bireyleri ve toplumları içinde buldukları gerçekte yaşamlarından koparmak gibi özelliği de bulunmaktadır. Bu şekilde insanlar asıl var olduğu ortamdaki problemleri görerek bu sorunlara yönelik çözümler üretmek, farkındalıklarını artırmak yerine medyanın yaratmuş olduğu o aslında var olmayan dünya içerisinde kendine yer edinerek oyalanmayı tercih eder.
- Medyanın, sundukları ile insanlar üzerinde davranışsal etkisi olduğu bilinen bir gerçektir. Bu nedenle de medya içeriklerine dikkat edilmelidir. Medya, bazı içerikleri ile toplumun şiddete yönelmesi ve sapkın, seksüel eylemlere yönelmesine neden olabilmektedir.
- Medyanın sunduğu içeriklerin çeşitliliği de çokça fazla olmaktadır. Bu içerikler arasında halkın estetik beğeni düzeylerini köreltecek, kaliteli sanat ve kültür taleplerini yok edebilecek düşük düzeyde eğlence, kültür ve sanat ürünleri de bulunabilmektedir.
- Gelişmiş kapitalist ülkelerdeki ticari ortalamalarda üretilen düşük düzeyli kültür ve sanat ürünlerinin medya yoluyla, gelişmemiş ya da gelişmekte olan toplumlara aktarılması, bunun sonucunda uzun vadede az gelişmiş ya

da gelişmekte olan toplumların kendilerine has kültürel ve sanatsal değerlerini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Olkun, 2017: 36; Akt., Güngör, 2011: 235-236).

1.2.3. Geleneksel Medya Araçları

Kitle iletişim araçları, iletişim kavramı, medya ve iletişim teknolojileri hakkında verilen bilgilerin ardından geleneksel medya kavramı, geleneksel medya araçları ve öneminden bahsedilecektir.

Geleneksel medya günümüzde televizyon, gazete, sinema ve radyo gibi iletişim araçlarına verilen genel adıdır (Gorman ve McLean, 2005: 185). Geleneksel medya araçları, haber ve enformasyonları belirli bir süreçten geçirerek alıcısıyla buluşturmaktadır.

Geleneksel medya araçlarından bazıları aşağıdaki gibidir:

Gazete: Sözlükte, “Politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu veya yorumsuz, her gün veya belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayın; ceride” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2005: 732). Yazar köşeleri, haberler, makaleler ve reklamları içeren gazeteler, güncel haber ve enformasyonları topluma aktaran en eski iletişim araçlarındandır.

Dergi: Özel ilgi alanlarına hitap eden süreli yayınlara denir (Kroon, 2010: 401). Spor, sağlık, moda, bilim, sanat vb. gibi pek çok konuda çeşitleri bulunmaktadır.

Sinema: Sinematografi (görüntü yönetimi) kelimesinden alınmıştır. ‘Kinema’ Yunanca hareket anlamına gelirken, ‘graphie’ Fransızca yazılı, çizilmiş anlamına gelmektedir. Akademik olarak, hareketli görüntüler olarak tanımlanırken; Fransız film teorisyenleri tarafından görsel-işitsel sanatların estetiği ve temel yapısı olarak tanımlanmaktadır (Kroon, 2010: 142). Sinema, uzun metrajlı filmler ve belgeseller gibi farklı türlerde içerikler sunmaktadır.

Broşürler ve El İlanları: Belirli ürün veya etkinlikler hakkında bilgi vermek için kullanılan basılı materyallerdir. Şirketler, organizasyonlar veya etkinlikler hakkında duyurular yapmak için broşürler ve el ilanları kullanılmaktadır.

Afişler ve Billboardlar: Dış mekânda yer alan büyük reklam panolarıdır. Ürün ve hizmet tanıtımında veya etkinlik duyurularında kullanılmaktadır.

Geleneksel medya; alıcısıyla doğrudan etkileşim kuramama (etkileşimsizlik), her alıcının aynı anda kişisel farklılıklarına uygun yayın yapamama (kitlesizleştirme), mesajın verici tarafından tek yönlü olarak sağlanması alıcının ise pasif izleyici, dinleyici veya okuyucu durumunda kalması (eşzamansızlık) gibi sebeplerle yerini dijital medya araçlarına bırakmaya başlasa da bazı kitleler ve yaş grupları için hâlâ vazgeçilmez ve etkili bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır (Yurdigül, 2012: 81-91).

Bu bölümde geleneksel medya araçlarından bazıları hakkında kısaca bilgi verilmektedir. Ancak, en yaygın geleneksel medya araçlarından olan radyo ve televizyon kavramları bir sonraki alt başlıklarda derinlemesine inceleneceği için yer almamaktadır.

1.2.3.1. Radyo

Ses malzemesinin (seslerin) elektromanyetik (radyo) dalgalar yoluyla iletilmesi ve alınmasıyla oluşan sesli iletişim aracıdır (Kroon, 2010: 543). 1920'li yıllarda Amerika'da Dünya genelinde hala geniş bir dinleyici kitlesi bulunan radyo; radyo programları ve tiyatrosu, müzik ve haberler gibi çeşitli içerikleri dinleyicilere ulaştıran bir medya aracıdır.

Radyonun tarihi oldukça köklüdür ve ilk radyo yayını 20. yüzyılın başlarında radyolu telsizlerin kullanılmaya başlanmasıyla hayatımıza girmiştir. Radyonun icadında birçok bilim insanının emeği bulunmaktadır. Bunların başlıcaları; İngiliz James Clerk Maxwell, Alman Henrich Hertz, İtalyan Guglielma Marconi ve Fransız Lee de Forest şeklinde sıralanabilir.

Radyoyu tam olarak kimin icat ettiği konusunda fikir birliği olmasa da James Clerk Maxwell ilk kez elektromanyetik dalgaları bularak “telsizin babası” unvanını 1860 yılında almıştır. 1865’li yıllara gelindiğinde bu dalgaların ışık hızına ulaşması gerektiğini iddia etmiştir ancak Heinrich Hertz’e kadar bu savı kanıtlanamamıştır. 1886 yılında Heinrich Hertz ses dalgalarının ışık hızında ilerlediğini yapmış olduğu deneyler sonucunda kanıtlamıştır. Bu dalgaların uygun materyallerle radyo dalgasına döneceğini de keşfetmiştir. İngiltere ve Rusya’da devam eden çalışmaların da katkısıyla 1895 yılında Guglielma Marconi insan sesini elektromanyetik dalgalarla ilk kez aktarmış oldu. 1896 yılında kısa mesafeli ses aktarımı yapmayı başaran Marconi, 1901 ve 1902 yıllarına gelindiğinde ilk kez deniz aşırı mesafelere (İngiltere-Amerika arasında) ses aktarımı yapmıştır. Söz ve müzik aktarımı ise 1906 yılında yapılmıştır. Böylece, telsizle ses aktarımı ilk başlarda özellikle denizlerde haberleşme aracılığıyla kullanılmıştır (Aziz, 2013: 37-38). Nitekim 1912 yılında gerçekleşen Titanic kazasında 705 kişinin kurtarılmasında oynadığı rol sebebiyle önemi daha da artmıştır (Crowley, 2017: 302). Lee De Forest ise 1907’de “Boşluk tüpünü” icat ederek “Radyonun babası” unvanını alır. Onun icatları ve keşifleri, Almanya’da uzun yıllar boyunca yapılan bilimsel çalışmalarla geliştirilmiştir. Telefunken, AEG, Siemens-Halske gibi Alman markaları yaptıkları çalışmalarla radyo- televizyon araçlarının endüstrisini kurmuş oldular (Aziz, 2013: 39).

Radyo yayınlarının kitlelere sürekli olarak yayın yapması 1920’li yılları bulmuştur. “KUKA” adındaki radyo istasyonu seçim kampanyası amacıyla 2 Kasım 1920 yılında ABD’de yayına başlamış ve iki yıldan uzun bir süre boyunca yayınlarına devam etmiştir. Bu dönem yayınlarının karakteristik özelliği; sınırlı içerikte müzik ve haberden oluşmasıdır. Ayrıca radyonun insan hayatına girmesiyle, kitlelerin haber alma, eğitim alma, kültürlenme ve eğlenme gibi ihtiyaçları için dışarıya çıkmalarına gerek kalmamıştır. Yayınların yaygınlaşması, radyonun küçük ve taşınabilir özellikte olması dinleyici kitlesini de arttırmıştır. 1935 yılında FM bandının, 1955 yılında ise stereo yayınların ortaya çıkmasıyla daha net ses ve müzik aktarımları gerçekleşmiştir. Bu keşifler, radyonun gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Aziz, 2013: 40).

İlk yıllarında müzik dinlemek ve haberleri yaymak amacıyla kullanılan radyo ilerleyen yıllarda uzmanların yetiştirilmesi ve çeşitli program içeriklerinin üretilmesi ile gelişmiştir. Özel sektör, ünlülerin sunduğu ve katıldığı programlar sayesinde dinleyici kitlesini artırırken; devlete bağlı radyolarda eğlence programlarına eğitim ve kültürlenme faaliyetleriyle ilgili programlarda eklenmiştir. Radyo yayınları ilk yıllarında özel sektörün çabaları ve ilgisi sayesinde gelişirken, yıllar içinde haberleri büyük kitlelere yayma konusundaki performansı sebebiyle önemi hükümet ve devletler tarafından da anlaşılmış ve aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Aziz, 2013: 40).

Radyonun tarihsel gelişimini kısaca özetlersek, 1927 ile 1945 yılları arasında 2. Dünya Savaşı'nın da etkisiyle radyo yayınları haberlerin halka iletilmesinde ve devletlerin ideolojilerine göre propaganda yapması amacıyla kullanılmıştır. 1945 ile 1960 yılları arasında ise televizyon yayınlarının başlaması sebebiyle dinleyici kitlesini sabit tutmaya çalışmıştır. 1960 ile 80'li yıllar televizyonların pik yaptığı dönemdir. Bu yıllarda radyolar ekonomik olması, çeşitli yayın içerikleri ve taşıma yönünden hafif olması sebebiyle tercih edilmeye devam etmiştir. Bu dönemde nerdeyse her bireyin kendine özel radyosu bulunmaktadır. 1980 sonrasında yerel radyoların sayısı ve işlevleri artmıştır. Farklı etnik yapı, görüş ve zevklere sahip çoksesli bir ortam oluşmuştur. Televizyonlarda akıştan dolayı verilemeyen yayınlar radyolarda yapılmaya başlanmıştır. Bu durumda uzman radyo anlayışı ortaya çıkmıştır. 1990'lı yıllardan sonra teknolojinin hızla ilerlemesiyle radyo yayınları bilgisayar destekli programlar aracılığıyla yapılırken, 2000'li yıllara gelindiğinde internet üzerinden yayınlar yapılmaya başlanmıştır. Radyo, televizyon karşısında değerini kaybetmeden devam etmiştir (Aziz, 2013: 42-43).

Radyonun, dünya tarihinde geçirdiği bu süreç kısaca bu şekilde olmuştur. Ancak unutulmaması gereken şudur ki; radyonun gelişimi her ülkede aynı süreci geçirmemiştir. Bu tarihi gelişim genellikle radyonun gelişimi konusunda önemli çalışmalar yapan öncü ülkeler gözünde özelinde bu şekilde ilerlemiştir.

Tarihi sürecinin dışında radyonun önemli özelliklerinden bazılarından bahsetmekte fayda vardır. Bunlar;

Haber ve Bilgi Sağlama: Radyo, güncel olayları, günlük haberleri ve diğer verileri dinleyicilere aktararak halkın haber alma ihtiyacını karşılar.

Eğlence ve Müzik: Radyo, radyo tiyatrosu, talk Show'lar sohbet programları ve müzik yayınları gibi eğlence içerikleri sunarak dinleyicilere keyifli zaman geçirme imkânı sağlar.

Kitlelere Ulaşma: Radyo, diğer medya araçlarına kıyasla daha düşük maliyetli olduğu için kırsal bölgelerde ve ekonomik açıdan daha dezavantajlı gruplara ulaşmada etkilidir.

Canlı Yayınlar: Özellikle acil durumlarda ve canlı olayların aktarılmasında radyo, hızlı ve anlık haber akışı sağlar.

Dil ve Kültür Yayıma: Radyo, çeşitli kültür ve dillerde yayın yaparak etnik ve dilsel çeşitliliği korur ve destekler.

Son olarak, teknolojinin gelişimiyle birlikte internet üzerinden dijital radyo platformları da popülerlik kazanmıştır. Artık radyo yayınlarına internet tarayıcıları, radyo uygulamaları ve çevrimdışı podcastler aracılığıyla da erişilebilmektedir. Böylece radyo, daha geniş bir kitleye ulaşma ve interaktif içerikler sunma fırsatı bulmuştur. Ancak, geleneksel radyo yayıncılığı hâlâ dünya genelinde önemini korumaktadır ve birçok insan tarafından hala daha günlük yaşamın bir parçası olma özelliğini korumaktadır.

1.2.3.2. Televizyon

Televizyon: Görsel-işitsel materyalin (sesler ve görüntüler) elektromanyetik (radyo) dalgalar, kablo (tel, fiber vb.) veya elektronik kayıt ortamı (manyetik veya optik bantlar, diskler vb.) yoluyla iletilmesi ve alınmasıdır (Kroon, 2010: 676). Görüntülü iletişimi sağlayan televizyon, dizi, belgesel, haber ve filmler gibi çeşitli içerikleri alıcıya ulaştıran görüntülü iletişim aracıdır. Halkın, bilgi alışverişi, eğlence ve kültürel içeriklere erişimi için kullanılmaktadır.

Televizyonun bulunuşunda da birçok bilim insanı çalışmalar yapmış ve her çalışma sonunda yeni eklemelerle ve yeni buluşlarla televizyon bugünkü durumuna gelmiştir. Bir bilim insanının ortaya attığı teoriler peş peşe gelen ve bu alanda çalışmalar yapan diğer bilim insanlarınca geliştirilmiştir. Televizyonun gelişimi radyoya göre daha yavaş olmuştur. Radyo yayınlarının, televizyon yayınlarına göre maddi açıdan, zaman açısından, iş gücü ve emek açısından daha ekonomik olması etkili olmuştur. Ancak, en önemli sebep televizyonun radyoya göre daha karmaşık bir yapısının olmasıdır.

Televizyonun bulunmasında sesin ve görüntünün karşı tarafa iletilmesinde ve bu iletimi yapacak araçların yapılmasında emeğe geçen insanlar radyoya göre sayı olarak daha fazladır. Televizyon tarihine geçmiş belli başlı bilim insanları şu kişilerdir; İrlandalı Andrew May, Alman Paul Nipkow, Amerikalı Francis C. Jenkins ve Philo Farnsworth, İngiliz Logie Baird ve Rus Zworykin.

Televizyonla ilgili ilk buluşu İrlandalı Andrew May yapmıştır. May, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini, selenyum adlı kimyasal maddenin elektrik akımına karşı dirençli olduğunu ve bu direncin güneş ışığında daha da azaldığını keşfetmiştir. May'in buluşundan on yıl kadar sonra Alman bilimci Paul Nipkow, resim dönerken resmi tarayan bir araç geliştirmiştir. "Döner disk" adını verdiği bu araç, görüntüyü başka bir platforma taşıyan ilk araç olması bakımından önemlidir. Sonrasında yapılan çalışmalar, bu döner diskin geliştirilmiş halidir. Nipkow'un bu buluşuna benzer başka bir çalışma Lazarre Weiller tarafından 1899'da denenmiştir. Nipkow'un mekanik tarama adını verdiği bu buluşu 1920'den sonra bilim adamlarınca uygulamaya konulmuştur (Aziz, 2013: 46-47).

Amerikalı Jenkins 1923 yılında, İngiliz bilim insanı Logie Baird 1925'te Nipkow'un döner diskini kullanarak ilk deneme yayınına yapmaya çalıştılar. Ancak, istedikleri sonucu elde edememişlerdir çünkü görüntü belli belirsiz kaba şekillerden oluşmaktaydı. Yapılan denemelerde, saniyede 20 resim 60-120 çizgi ile görüntülenme sağlanmıştır. 1936 yılında ise 24 resim ve 240 çizgi ile yapmış olduğu denemede daha net bir görüntü elde etmiştir. Bu buluş, İngiliz televizyon yayınlarında kullanılan ilk mekanik tarama sisteminin temelini oluşturmuştur.

Ancak, Nipkow'un döner diskinin geliştirilmesiyle oluşan bu görüntüler, net değildi. Görüntünün net olmamasından dolayı diğer bilim insanları görüntünün net olarak aktarılmasını sağlayan başka teknikler konusunda araştırma yapmaya devam etmiştir. Görüntüyü elektronik yöntemlerle tarayarak ekrana veren Hertz, bu araştırmaların başındaki kişiydi. Bu alanla ilgili önemli buluşların 1907 yılında İngiliz Alan Campbell Swinton ile Rus bilim insanı Boris Rosing tarafından da ayrı ayrı yapıldığını belirtmek gerekmektedir. Swinton ve Rosing yaptıkları denemelerde katot ışınlarından görüntü aktarmada yararlanılabileceğini keşfettiler. 1911 yılında Campbell bu buluşu geliştirmiştir. Televizyon kamerası için gerekli olan "mozaik" adlı bir aracın ışık enerjisini elektrik enerjisine çevirebileceğini bulmuştur. Rosing'in öğrencisi Vladimir Zworykin de bu konuda çalışmalar yapmıştır. "İkonoskop" adını verdiği ve elektronik taramada kullanılan bu aracı geliştirerek ilk elektronik tarama ile görüntü yayını gerçekleştiren. Bu araç ile eşyalar peş peşe taranmakta ve insan gözünde hareket eden resimler gözükmemektedir. Bu teknik, günümüzde kullanılan yayının ilkel sürümünü oluşturmuştur (Aziz, 2013: 47).

1928'de ABD'de NBC yayın organı bir kıyıda diğer kıyıya yayın gerçekleştirmiştir. Aynı yıl Londra'dan gösterilen bir görüntü New York'tan izlenebilmiştir. 1930 yılında Philo Farnsworth'un denemeleri ile görüntü sinyalleri elektromanyetik dalgalar aracılığıyla daha net elde edilebilmiştir. 1927 yılında elektronik TV sistemi için patent alınmıştır. 1928 yılında ilk deneme yayını gerçekleştirilmiştir. 1930 yılında NBC ilk deneme yayını yapmıştır. 1931 yılında bu teknikle çalışan alıcılar yapılmaya başlanmıştır. Daha sonraki yıllarda bu çalışmalara ek ses bandında da çalışmalar yapılmıştır. 1935 yılında Edwin Armstrong FM ses bandını geliştirmiş ve ilk yayın gerçekleştirmiştir (Aziz, 2013: 48).

İlk düzenli televizyon yayını 1936 yılında İngiltere'de başlamıştır. Halk tarafından büyük ilgi duyulsa da televizyon sayısının az olmasından dolayı izleyici oranı düşük olmuştur. Bu yayın, 2. Dünya Savaşı'nın başladığı 1939 yılına kadar devam etmiştir. Ancak, 1939'dan 1945 yılına (savaşın bitişine) kadar televizyon yayınlarına ara verilmiştir. İngiltere'de başlayan yayınlara sonrasında Amerika'da devam edilmiştir. Resmi nitelikteki yayınlar ise 1939 yılında New York'ta yapılmaya

başlanmıştır. Ayrıca, 1941 yılında yayınlarda reklam kullanılmaya başlanmıştır. Düzenli televizyon yayınları yapan üçüncü ülke Sovyetler Birliği olmuştur. 1939 yılında başlayan bu yayınlar 30 dakika ve yavaş hareketli ilk yayın olarak 100 kadar alıcıdan izlenebilmiştir. İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Sovyetler Birliği, Almanya ve Fransa televizyon yayınının öncüleri arasında yerini almıştır. Ancak, savaş sebebiyle televizyon alanındaki bu gelişmeler yavaşlamış, savaştan sonra denemelere devam edilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra 1953 yılında Japonya'da, Çin'de ise 1958 yılında televizyon yayınına başlanmıştır. 1960 yılında televizyon istasyonlarının sayısı on ikiye ulaşmıştır. Meksika ve Brezilya'da ilk televizyon yayını 1950 yılında başlamıştır (Aziz, 2013: 49-50).

Televizyonun gelişimini incelerken teknik olarak renkli ve renksiz televizyon yayınları da önemlidir. Renksiz televizyonlarda beyaz, gri ve siyah renklerden istifade edilir. Renkli televizyonlarda floresat maddelerden istifade edilerek mavi, yeşil, kırmızı renklerde kullanılır. Renkli televizyonlarda bütün renkleri; mavi, kırmızı ve yeşilin değişik oranlarda karıştırılması ile elde edilir. Görüntü mavi, yeşil ve kırmızıya duyarlı olan üç kamera tarafından aynı zamanda tarama yapılır ve bu renklerin karışımından diğer doğal renkleri elde edilir. Dünyada renkli televizyonlarla ilgili çalışmaların başlangıç tarihi, 1930'lu yıllara kadar götürülse de 1960 yılından sonra renkli televizyon yayınlarına ancak başlanmıştır. Türkiye'de ise otuz yıldır renkli televizyonlar kullanılmaktadır. Ayrıca 1960 ile 1980 yılları arasında televizyon en verimli dönemini yaşamıştır. Televizyon yayınları için çeşitli içerikler üretilmiş, yayın zamanları artmış, videolar kullanılmaya başlanmıştır (Aziz, 2013: 52).

1980 ile 2000'li yıllara gelindiğinde, teknolojinin gelişmesiyle uydular televizyon yayınlarında kullanılmaya başlanmıştır. Böylece, televizyon yayınları yayınlandığı ülkenin tamamına hatta çevresindeki ülkelere kadar ulaşmıştır. 2000'li yıllardan sonra Sayısal Karasal Yayıncılık (SKY) tekniğine Avrupa ve Amerika başta olmak üzere geçilmeye başlanmıştır. Öncesinde analog olarak antenler aracılığıyla gerçekleşen televizyon yayınları, SKY sayesinde ses, görüntü ve frekans kalitesi bakımından daha net ve kullanışlı hale gelmiştir (Aziz, 2013: 55).

Televizyonlar, günümüzde özel cihazlar, bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve diğer taşınabilir cihazlar aracılığıyla da kullanılabilir. Dünya genelinde en popüler ve etkili iletişim araçlarından biridir ve toplumdaki günlük yaşamın ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Buraya kadar televizyonun, radyo alt başlığında da değindiğimiz gibi öncülükler çerçevesinde tarihsel gelişiminden bahsedilmiştir. Bu gelişim sürecinin her ülkede aynı hızda ve aynı çerçevede olmadığını unutmamak gerekmektedir.

Televizyonun tarihsel gelişiminin yanında insan hayatındaki önemli özelliklerinin neler olduğundan bahsetmekte fayda vardır. Bunlar:

Görsel ve Sesli İletişim: Televizyon, ses ve görüntüyü bir arada kullanan bir kitle iletişim aracıdır. Bu sayede belgeseller, spor karşılaşmaları, diziler, filmler, haberler ve çeşitli içerikler izleyicilere sunulabilmektedir.

Haber ve Bilgi Kaynağı: Televizyonların güncel olaylar, doğal afetler, belgeseller ve haber programları, siyasi gelişmeler ve diğer önemli bilgiler hakkında halkı bilgilendirme görevi bulunmaktadır.

Eğlence ve Kültürel İçerikler: Televizyon, müzik videoları, komedi programları, drama dizileri, konserler ve çeşitli eğlence programlarıyla izleyicilere keyifli zaman geçirme imkânı vermektedir. Aynı zamanda farklı kültürlerden ve toplumlardan gelenlerle ilgili de içerikleri bulunmaktadır.

Toplumsal Etkileşim: Tartışma programları, paneller ve televizyon programları, insanların fikir alışverişi yapmasına ve toplumsal konular üzerinde düşünmesine olanak sağlamaktadır.

Eğitim ve Bilinçlendirme: Çocuk programları, eğitici film ve belgeseller, uzmanlar tarafından sunulan bilgilendirici içerikler, insanların eğitim düzeyini arttırmakta ve bilinçlenmesine katkı sağlamaktadır.

Ticari İletişim: Televizyonlarda ürün ve hizmetlerin tanıtılması, reklam ve pazarlama tekniklerinin kullanılması tüketici talebinin artırılması için kullanılmaktadır.

Televizyon, görsel ve sesli iletişimi bir araya getirerek toplumun bilgi alışverişini ve etkileşimini artırmaktadır. Birçok insan için günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan televizyon, haberleri takip etmek, eğlenmek, öğrenmek ve kültürel içeriklere erişmek için kullanılan önemli bir araçtır. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte internet üzerinden televizyon yayınları da erişilebilir hale gelmiştir, bu da televizyonun dijitalleşme sürecini hızlandırmış ve daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamıştır.

1.3. İletişim Teknolojilerinin Gelişmesi ve Yeni Medya

Teknolojinin ilerlemesinin iletişim teknolojilerinde gelişme yaratmasıyla birlikte internetin gündelik hayata dahil olması ve toplumsal yaşam içerisinde çokça yer bulması kişilerarası iletişimde de oldukça değişim yaşanmasına sebep olmuştur. Bu değişimler kişilerin iletişimine katkı sağlayacak yeni medya platformlarının oluşmasını sağlamıştır.

1.3.1. İnternet Kavramı

İletişimin gerekliliğinin yoğun olduğu günümüz modern dünyasında bu ihtiyacı karşılamada kullanılan en önemli teknoloji olan internet, dünyadaki bütün veri tabanlarını ve bilgisayarları birbirine bağlayan ağ olarak açıklanabilir (Gülsoy, 1997: 265; Akt., Göksu, 2016: 9).

Sanal alem olarak da isimlendirilen internet, İngilizce “international” (uluslararası) ve “network” (ağ yapısı) kelimelerinin bir araya getirilmesinden üretilmiştir. Bu kavramın Türkçe karşılığına bakıldığında da Türkçe’ye “arasında” olarak çevrilen “inter” kelimesiyle birlikte “ağlar arasında” olarak dönüştürüldüğü görülmektedir (Karaduman,2005: 143; Akt., Toruk, 2008: 267).

Gerek sözlü gerek sözsüz gerekse de yazılı, görsel-işitsel ve bilişsel olmak üzere her türlü iletişim yönteminin gerçekleşmesinde teknik alt yapılarının güçlü olmasından kaynaklı kolaylık sağlayan internet, bu kolaylığının fark edilmesinden itibaren iletişimin yeni yöntemi haline gelmiştir (Hepkon, 2011: 22).

1.3.1.1. İnternetin Doğuşu

Günümüzde kullanıcısı oldukça fazla olan internetin ortaya çıkışı Soğuk Savaş dönemlerine denk gelmekte ve ABD ile Rusya arasında yaşanan soğuk savaş döneminin bir ürünüdür. Askeri ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen internetin, ortaya çıkmasındaki en önemli etken; Sovyetler Birliği'nin ilk defa uzaya Sputnik adlı bir uydu göndermesi olmuştur (Birsen, 2013: 152).

Oluşabilecek bir savaş tehdidi karşısında iletişimin sağlanabilmesi amacıyla ABD Savunma Bakanlığı ve ARPA (Advanced Research Projects Agency) tarafından kurulan bu büyük ağ, başka bilgisayarlarla bilgi alışverişi gerçekleştirerek iletişimi hızlı bir şekilde sağlamayı başarmıştır (Aydoğan, 2010: 11; Akt., Gülnar ve Balcı 2011:64).

Haberleşmenin gerekliliğinin doğabileceği durumlarda bu ihtiyacı karşılamak amaçlı ortaya çıkan ve Amerika Savunma Bakanlığı tarafından üretilen internet (Pavlik, 2013: 95), ortaya çıkışına kadar büyük bir çoğunluk tarafından iletişim aracı olarak görülmeyen bilgisayarın kullanımının artışı sağlayarak iletişim ihtiyacına karşılık bulmasına yardımcı olmuştur (İnan, 2000:63; Akt., Toruk, 2008:267).

Günümüzde bu denli kullanıcısı bulunan ve gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olan internetin yaratıcıları her ne kadar şu an için vazgeçilmez bir parça olması amacıyla üretmiş olmasalar da (Newell ve Sproull, 1982: 843-52; Akt., Lievrouw, 2016:18) internet, başka kitle iletişim araçlarıyla benzerlik göstermemesine rağmen, benzerliği bulunmadığı kitle iletişim araçlarına kendi içinde yer vermesi sebebiyle kitle iletişim aracı olarak adlandırılabilir (Bagdikian, 2004: 65).

Amerikan Savunma Bakanlığı'na bağlı olarak görev yapan Askeri Bilgisayar Ağı'nın (DOD) 1980'de ARPANET'ten ayrılması sonrası ARPANET'in NSFNET ismiyle düzenlenerek oluşturduğu yeni ağ ile birlikte 1995'te internetin özelleşme süreci başlamış olmaktadır (Tokgöz, 2014: 110).

ARPANET’le birlikte oluşturulan bu ağın, askeri amaç dışında sivil halk tarafından da kullanımının yaygınlaşması amacıyla kişisel olarak ilk e-mailin İngiltere Kraliçesi Elizabeth’in göndermesinin halk tarafından ilgi görmesi internetin kişilerarası iletişim için kullanılabilmesine öncelik etmiştir (Hafner ve İyon, 2000: 209; Akt., Toruk, 2008: 268).

Kişisel olarak da kullanımına geçilen internet, World Wide Web ‘in (WWW) oluşturulmasıyla birlikte elektronik yayınlar, kurumsal iletişim, e- ticaret ve eğlence amaçlı kullanılarak popülerleşmesini sağlamıştır. İnternet şirketi Google’nin yaratılması da internetin kullanıcı sayısının artışı sağlayan bir diğer gelişme olmuştur (Dijk, 2018: 255).

1990’lı yıllarda oluşturulan WWW ile birlikte internet üzerinden ticaretin kolaylaştırılması internetin popüler hale gelmesine yardımcı olmuştur (Başaran, 2010: 152; Akt., Gülnar ve Balcı, 2011:65).

İnternetin Türkiye’deki gelişim sürecine bakacak olursak 1980 tarihi karşımıza çıkarken kullanılmaya başlanması da 12 Nisan 1993 yılında TÜBİTAK ve ODTÜ birlikteliğiyle gerçekleştirilmiştir. Bu yıllarda genellikle akademik olarak kullanımı gerçekleşen internet bu tarihlerde bir akademik ağ olarak görüntü vermektedir (İçel, 1998:415; Akt., Gülnar ve Balcı, 2011:67).

Türkiye’de internet kullanımı diğer ülkelerdeki internet kullanımıyla benzerlik göstererek öncelikle bilgi paylaşımı amaçlı olarak gerçekleştirilmiş ve aynı şekilde benzerlikle birlikte Türkiye’de de ticaret amaçlı internet sitelerinin kurulmasıyla birlikte bu sosyal ağ, bilgi alışverişi dışında kullanılmaya başlanmıştır (Tutar vd., 2005:187; Akt., Gülnar ve Balcı, 2011:67).

İnternet teknolojisinin Web 1.0’den Web 2.0’a ilerlemesi de internetin kullanımının kolaylaşmasını sağlayarak daha fazla kullanıcıya sahip olmuştur. İnternetin Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 sistemleri olarak geçirdiği dönüşüm aşağıdaki çizelgede yer almaktadır.

Çizelge 1.1. Web 1.0'den Web 3.0'a İletişim Teknolojisi

WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
Sadece okunabilir web	Hem yazılabilir hem okunabilir web	Yazılabilir, okunabilir ve programlanabilir, Semantik Web
Platforma tamamen bağlı	Platforma kısmen bağlı	Platformdan tamamen bağımsız
İçerik tek yerde	İçerik desteklenen her cihazda	İçerik her yerde
Etkileşim tek yönlü, HTML tabanlı	Etkileşim çok yönlü, yorum tabanlı	Etkileşim makineler arası ve makine, insan arası
Sınırlı Hız	Hızlı	Talep edildiği anda çok hızlı
Şirketler	Topluluklar	Şirketler, topluluklar aynı anda bir arada
Hız endişesiyle kırılmış kullanıcı arayüzü	Zenginleştirilmiş etkileşimli ve dokunmatik ara yüzler	Yaşamla bütünleşik, duyuyla şekillenen ara yüzler
Google, Amazon Popüler temsilcileri	Facebook ve Twitter gibi sosyal medya mecraları popüler temsilcisi	Öne çıkan bir temsilcisi henüz yok

Gündelik hayatta kendine oldukça fazla bir şekilde yer bulan internetin bir sonraki geçireceği dönüşüm olarak ta insan uzuvları ve zihniyle birleşeceği düşünceleri bulunmaktadır (Göksu, 2016: 17).

1.3.2. Yeni Medya ve İnternet

Dünya çapında milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir sistem olan internet, bilgi toplama, dünyanın her yerinden erişim imkânı, etkileşimlilik, hızlı haber ve bilgi ulaşımı, arşivden tarama yapma imkânı sağlayarak alternatif medyanın en iyi uygulayıcısı olan araç görevi görmektedir (Toruk, 2008: 299-302).

Yeni medyanın uygulayıcı aracı olan internetin sivil ve özgürlükçü bir iletişim ortamı sağlamasında katkıları şu şekilde sıralanabilmektedir;

- İnternet kamusal alanla yer alan tartışma alanını genişletmiş ve bu alanda yer alan meselelerin siyasi kişilere de ulaşabilmesine imkân vermiştir.
- Maliyeti düşük olan internet, kişilerin zahmetsiz bir şekilde örgütlenmesini sağlamaktadır.
- İnternetle birlikte gerçek kamu yararına yönelik bilgi aktarımı yapılabilme imkânı doğmaktadır.

Bunun yanında internetin görünen faydalarıyla birlikte internet ortamında gizliliğin kontrolünün bulunmaması sebebiyle kişileri yanıltıcı şekilde kimlik yaratarak bu doğrultuda gerçek olmayan bilgilerin aktarımının da bulunması sebebiyle internete yönelik olumsuz eleştiriler de bulunmaktadır (Köse, 2007: 271-272).

1.3.3. Sosyal Medya

Kişilerin yaşamlarını birbirleriyle paylaşmasına yardımcı olarak sosyalleşme ihtiyacına karşılık bulan bir ortam olan sosyal medya, kitle iletişimi içinde barındırarak farklı dünyaları birleştirmektedir (Dijk, 2018: 251). Bu birleştirmenin sağlayıcısı olan sosyal medya, Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesi beraberinde bilgi paylaşımını tek yönlü iletişimden karşılıklı aktarıma doğru evirmiştir. Bu sebeple sosyal medya olarak adlandırılan yeni medya sistemi, Web 1.0 sonrası geçilen dönemi ifade etmekte kullanılmaktadır (Özutku vd., 2014: 29).

Ayrıca aynı kavram MySpace, YouTube, Wikipedia gibi internet sitelerini ifade etmek için kullanılırken artık günümüzde bu internet sitelerinin tümüyle birlikte yazılım ve donanım cihazlarını da kapsayacak biçimde geniş bir anlamda kullanılmaktadır (Lovink, 2017: 38).

Sosyal medya ve sosyal medya içerisinde yer alan platformlarla çevrim içi bir şekilde insanlar birbirleri ile etkileşim halinde olurlar. Kitle iletişim kavramının temel amacı olan, kitleler arası iletişimin hızlı bir şekilde sağlanması ve birçok insana aynı anda ulaşılabilmesi, sosyal medya aracılığıyla oldukça fazla bir şekilde gerçekleşmektedir. Başlarda binlerce ya da on binlerce kişi ile gerçekleşen bu

iletişim artık günümüzde milyonlar, hatta milyarlarca kişi arasında sağlanmaktadır (Erarslan, 2020:4).

Sosyal medyanın bileşenleri aşağıda görüldüğü gibi açıklanmaktadır:



Şekil 1.3. Sosyal Medya Kavramının Bileşenleri

Şekil 1.3'te açıklanmaya çalışılan sosyal medya kavramının bileşenlerine göre, katılım, açıklık-diyalog ve topluluk-bağlantılılık ile meydana gelen sosyal medya, teknolojinin getirileriyle birlikte iletişimin sağlandığı bir yapıdır (Erarslan, 2020. 19).

Başlıca sosyal medya dünyası şu şekilde kategorileştirilebilir;

Sosyal ağlar: Facebook, Google Plus, Foursquare

Mikrobloglar: Twitter, Tumblr

Fotoğraf paylaşma alanları: Instagram, Flickr, Pinterest

Video paylaşma alanları: Youtube, DailyMotion, Vimeo, Vidivodo

Profesyonel ağ siteleri: LinkedIn (Özutku vd., 2014: 113).

İnternet teknolojisinin Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişiyle birlikte yeni teknolojinin toplumsal yaşam içerisinde yer bularak internet kullanıcılarını arttırışı

‘sosyal medya’ olarak adlandırılan bir kavramı ortaya çıkarmıştır. Kısa bir sürede birçok kullanıcıya sahip olan sosyal medya, sınıf farkı gözetmeksizin ve insan ayırmaksızın fazlaca bir kitleye sahip olarak gündelik hayatta kendine yer bulmuştur (Shirky, 2001: 1; Akt., Göksu, 2016: 18-19).

Sosyalleşme aracı olarak aktif bir şekilde kullanılmaya başlanan sosyal medyayı, kişilerin fotoğraf, video aktarımı ve bilgi paylaşımında bulunmasını sağlayacak dijital ortam hazırlayan sosyalleşme aracı olarak ifade etmekte geçerli bir tanımlama biçimi olacaktır (Özutku vd., 2014: 114).

Sosyal medyanın, kişilerin kullanabileceği platformlarının çokluğu ve dolayısıyla da çok yönlü hizmet vermesinden dolayı insanlar tarafından çekiciliği bulunmaktadır. Yaş, cinsiyet, ırk gibi birçok unsur gözetmeksizin kullanılabilen sosyal medyada bu çeşitlilik farklı grupların bir arada bulunmasını sağlamaktadır (Erarşlan, 2020: 27).

Geleneksel kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşen iletişimin ve işlevlerinin hâlâ daha tam anlamıyla uzlaşa sağlanarak açıklanamazken, sosyal medyanın insanların yaşamında bu denli yer etmesinin de uzun süre boyunca tartışılacağını belirten Güngör, (Güngör, 2011: 311) evirilen iletişimin, sosyal yaşamda etkilerinin fazla olacağını belirtmiştir. Ve çağın en büyük icatları arasında değerlendirilen internet ve sosyal medyanın, getirileri yanında götürüleriyle de değerlendirilmesi gerekliliğinin altını çizmiştir.

Sosyal medya, geleneksel medyada bir takım farklı özellikler göstermektedir. Sosyal medya ile geleneksel medya arasında şu açılardan farklılıklar görülmektedir;

- Etkileşimcilik,
- Anımsalılık özelliği,
- Üretici ve tüketicinin yer değiştirebilirliği,
- Ekonomik kaynaklı olma,
- Bireysellik,

- Üstün kullanabilme becerisi bulunmama,
- Hiyerarşik düzenin umursanmaması,
- Mesajların değiştirilebilirliği,
- Mülkiyet değişkenliği,
- Enformasyonun fazla sağlanması (Güngör, 2011: 312-314).

Bilgi alışverişini zaman olgusuna bağlı kalmadan gerçekleştiren sosyal medyanın, teknolojinin fırsatlarından yararlanması, kullanım alanını genişleterek kendisine birtakım özellikler katmaktadır (Cereci, 2019: 21). Sosyal medyanın özellikleri şu şekilde sıralanabilir;

- Sosyal medya, herhangi bir sosyal medya platformuna üye olan bireylerin diğer üyelerle iletişim kurmalarını sağlamaktadır (Bank, 2015:8; Akt., Cereci, 2019: 21).
- Fikir birliği bulunan kişilerin sosyal platformlar aracılığıyla bilgi aktarımında bulunmalarını sağlayan sosyal medya, zaman kavramını ortadan kaldırarak internet ortamının bulunduğu her an iletişime geçilmesine yardımcı olmaktadır (Cereci, 2019: 21).
- Fotoğraf, video ve oyun içerikli gönderilerin paylaşımına imkân veren sosyal medya, kişilerin iletişim halinde buldukları bireylerle birlikte eğlence ihtiyacını karşılamaktadır (Baruah, 2012:9; Akt., Cereci, 2019: 22).
- Sosyal medyada iletişim gerçekleştirirken ifade aktarımı sağlamada kullanılan imge ve özellikle emojilerle birlikte sosyal medyanın kendine ait bir dili bulunmaktadır (Cereci, 2019: 22).
- Sosyal medyanın kişisel bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi kitle iletişim araçlarıyla kullanılabilirliği, sosyal medyaya ulaşımı kolaylaştırmaktadır (Goncalves vd., 2015:97; Akt., Cereci, 2019: 23).

- İnternet kullanımına sahip olmak dışında ayrıca bir ücret ödenmesi gerekliliği bulunmayan sosyal medya bu açıdan geniş kitleye sahip olan bir alandır.
- Sosyal medya zaman ve mekân dayatmasını ortadan kaldırarak istenilen yer ve zamanda ulaşımı bulunan bir platformdur.
- Sosyal medyayı oluşturan içerikler direkt olarak o platformun kullanıcısı tarafından oluşturularak yine kullanıcıya sunulmaktadır (Özutku vd., 2014: 83-84).

21. yüzyıla gelindiğinde toplumların büyük çoğunluğunda bilgisayar edinme durumunun çoğalmasıyla birlikte artan sosyal medya kullanımı (Rawan, 2012:168; Akt., Cereci, 2019: 34), kişiler üzerinde birtakım etkilere sebep olmuştur. Dijk'in belirttiği sosyal medya kullanımının kişiler üzerinde oluşturduğu etkiler şu şekilde sıralanabilir;

- Hayat ve iletişimde klasik sınır çizgilerinin muğlaklaşması,
- Özel hayatın gizliliği ve kimliğin ifşası ikilemi,
- Daha fazla bağlanabilirlik ve sosyalleşebilirliğin artışı,
- Yaygınlaşma ve eşitsizlik,
- Baskı altındaki kurumlar,
- Aşırı enformasyon ve iletişim yüklemesi,
- Sosyal baskı ve bağımlılık,
- Bilinmeyen davranışlar (Dijk, 2018: 258).

1.3.4. Yeni Medya

Teknolojik gelişmelerin artışıyla birlikte iletişim alanında yaşanan değişimler sonucu geleneksel iletişimin dijital ortamlara taşınmasıyla birlikte oluşan medya 'yeni medya' olarak tanımlanmaktadır (Misçi, 2006: 128; Akt., Göksu, 2016: 5).

Telekomünikasyon, veri iletişimi ve kitle iletişimi bir araya getirme yani geleneksel medyayı internet ortamına katma özelliğiyle ön plana çıkan yeni medya bu sebeple ‘multimedya’ olarak da adlandırılmaktadır (Dijk, 2018: 20).

Teknolojide yaşanan bu gelişmelerle birlikte geleneksel medyanın, kitle iletişimini gerçekleştirmede gücünün zayıfladığına yönelik düşünceler de gündeme gelmektedir (Hepkon, 2011: 198).

Yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olumlu katkıları şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Enformasyon miktarında artış sağlanmaktadır.
- Kaynak ve alıcı arasındaki etkileşim artmaktadır.
- Alıcı kesimin denetimi çoğalmaktadır.
- İletişim, giderek daha hızlanan bir boyut kazanmaktadır.
- Kitlesele yayıncılıktan kopma yaşanmakta, hedefi belirlenmiş kitleye yönelim yaşanmaktadır.
- Kitle iletişimde sahiplik/denetim azalmaktadır (Dündar 2012: 231; Akt., Olkun, 2017: 44).

Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı bu katkılarla birlikte ortaya çıkan yeni medya Yeni medya teknolojilerini, geleneksel medyadan ayrıksı kılan en önemli özellik, karşılıklı etkileşime imkân vermeleridir. Eski medya araçlarında sınırlı olan bu özellik yeni medyada, izleyicilerin lehine gelişim göstermiştir (Timisi, 2003: 133; Akt., Göksu: 6).

Yeni medyanın insan iletişimi ve dolayısıyla da toplumsal düzen ve kültürü değiştirip dönüştürdüğüne yönelik düşünceler de mevcuttur (Lievrouw, 2016: 37).

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YEREL TELEVİZYONLAR VE ÖNEMİ

2.1. Televizyon Kavramı

Televizyon, sözlükte görsel-işitsel materyalin (sesler ve görüntüler) elektromanyetik (radyo) dalgalar, kablo (tel, fiber vb.) veya elektronik kayıt ortamı (manyetik veya optik bantlar, diskler vb.) yoluyla iletilmesi ve alınması şeklinde tanımlanmaktadır (Kroon, 2010: 676).

Birinci bölümde televizyonun dünya sahnesinde tarihsel gelişimine ve işlevine yer verilmiştir. Bu bölümde, yerel televizyonlar ve önemi hakkında bilgi vermeden önce Türkiye'de televizyon yayıncılığının geçirdiği süreçten kısaca bahsedilmektedir. Çünkü dünyadaki televizyon yayıncılığına göre Türkiye'de televizyon yayıncılığı daha geç tarihlerde başlamıştır. Özellikle, televizyon yayıncılığı için gereken malzemelerin büyük yatırımlar gerektirmesi, ülkenin ekonomik bakımdan zorlu bir süreç içerisinde olmasının da etkisiyle dönemin devlet eliyle ertelenmiştir. Televizyon yayıncılığına yatırım yapılmak istenmese de 1950'li yıllarda yayıncılık için gerekli olan alıcılar ve antenler kurularak alt yapı hazırlanmıştır. Ancak, 1960'lı yıllardan itibaren dünyada yaygın olarak kullanılan televizyon yayınları ülkemize 1980'li yıllardan sonra aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum da birçok olumsuzluğu beraberinde getirmiştir (Cankaya, 2003: 54).

2.1.1. Türkiye'de Televizyonun Gelişim Süreci

Türkiye, televizyon yayıncılığıyla 1950'li yıllarda İstanbul Teknik Üniversitesinin (İTÜ) çalışmaları sayesinde tanışmıştır. Prof. Dr. Mustafa Santur (İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği Kürsüsü Başkanı), fakültenin dekanlığına televizyonun önemi hakkında ve fakültede eğitim alan öğrencilerin

kaliteli eğitim alabilmesi için televizyon laboratuvarlarının gerekliliğiyle ilgili 1951 yılında dilekçe vermiştir (Kantaş, 1992: 28). Bu dilekçenin kabulünün ardından alıcı ve antenler yaptırılmış ve ilk televizyon yayınlarına 1952 yılında başlanmıştır (Uyguç & Genç,1998: 47). İlk yayınlar, 17.00 ile 19.00 saatleri arasında perşembe günleri sonrasında 15.30 ile 21.00 saatleri arasında cuma günleri yapılmaya devam edilmiştir (Yengin, 1994: 69).

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), İTÜ-TV'nin ardından alt yapı ve elaman eksikliğine rağmen 31 Ocak 1968 yılında salı, perşembe ve cuma olmak üzere üç gün yayın yapmaya başlamıştır. Sonrasında, cuma günü yapılan yayın yerine cumartesi ve pazar günleri yayınlara devam edilmiştir. Böylece, yayın yapılan gün sayısı dörde çıkarılmıştır (Cankaya, 1997: 32).

İTÜ-TV, 1960 yıllarda yaşanan öğrenci hareketlerinin etkisiyle bir süre kapalı kalmıştır. 1970'li yıllardaki öğrenci hareketleri sırasında da Molotof kokteylli saldırıya uğramıştır. 1971 yılında yapılan anlaşalar sonucunda ise bütün teçhizatlarıyla birlikte TRT'ye devredilmiştir (Çakır, 2000: 31). Böylece, televizyon yayıncılığı konusunda TRT tek söz sahibi kurum haline gelmiştir.

TRT, Türkiye'de yayıncılık konusunda en önemli ve köklü kurumdur. TRT'nin kuruluşu ve geçirdiği aşamalar, Türkiye özelinde televizyon yayıncılığının tarihsel gelişimi ve geçirdiği süreçlerin anlaşılması açısından önemlidir.

TRT'nin yayın hayatına hızlı bir şekilde girmesinin en önemli sebeplerinden biri 27 Mayıs 1960 askeri darbesidir. Darbenin ardından TBMM ve Anayasa feshedilmiştir. Her alanda değişiklikler yapılmıştır. En önemli düzenlemelerden biri de sosyal hak ve özgürlüklerle ilgili olandır. Yeni Anayasa ile yeni hak ve özgürlükleri güvence altına alınmıştır. Sendika, siyasi partiler, meslek kuruluşları, üniversiteler, yayın kuruluşları gibi örgütlenmelerin haklarının güvence altına alınması örnek olarak gösterilebilmektedir (Cankaya, 2003: 57).

Darbe öncesinde radyo yayınları, televizyon yayınlarının aksine daha öncelikliydi. Bu sebeple, Yeni Anayasa ile birlikte radyolara daha fazla özerklik verilmiştir. Ayrıca, 1961 Anayasası ile Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun

(TRT) kurulması kararlaştırılmıştır. Aynı zamanda, ülkedeki radyo ve televizyon yayınlarının da sorumluluğu TRT'ye verilmiştir. 20 Temmuz 1961 tarihli Resmî Gazete' de 1961 Anayasası'nın radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili olan 121. Maddesi şu şekildedir:

“MADDE 121 — Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir.

Her türlü radyo ve televizyon yayımları, tarafsızlık esaslarına göre yapılır.

Radyo ve televizyon idaresi, kültür ve eğitime yardımcılık görevinin gerektirdiği yetkilere sahip kılınır.

Devlet tarafından kurulan veya devletten mali yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır” (Resmî Gazete, 1961: 4650).

Bu maddenin yeni anayasa da yer almasına, radyoların objektif ve tarafsız haber yapmak yerine siyasi parti savunuculuğu yapmaları sebep gösterilmiştir (Serim, 2007: 38). 1 Ekim 1963 yılında, yeni anayasa tasarısı TBMM tarafından kabul edilmiştir. 1 Mayıs 1964 yılında TRT kurulmuştur. Yeni Anayasa, TRT'nin özerk bir kurum olmasını sağlasa da 1971 yılında yeniden değişecek anayasaya kadar bazı siyasi partilerin kendi ideolojileri doğrultusunda TRT'yi kullandıkları görülmüştür (Uyguç & Genç,1998: 77).

TRT'nin özerk olması, kurumun kendi kendisini yönetmesi anlamına gelmektedir ve bu 359 sayılı kanunun 4. Maddesinde güvence altına alınmıştır. Bu maddede, yönetim kurulunun nasıl seçileceği, görevlerinin ve görevden alınma şartlarının neler olduğu belirlenmiştir. Siyasi iktidara bağlı hale gelmemesi için gerekli önlemler alınmıştır (Cankaya, 2003: 62).

Kurum, mali konularda serbest ve harcamalarını ne şekilde, nasıl ve nereye yapacağı konusunda bağımsızdır. Sadece Yüksek Denetleme Kurumuna karşı sorumlu tutulmuştur. TRT, mali olarak denetlenmek istenirse başbakanın onayıyla Maliye Teftiş Kurulu tarafından denetlenebilmektedir (İçel & Ünver, 2005: 362).

Bu kurumun özerk olması siyasetten bağımsız olmasını da sağlamıştır. Bu durumda, çalışanların verimliliği artmış, demokratik bir şekilde yayınlar yapılmıştır. TRT yayınına özerk olarak başlamış fakat bu durum çok uzun sürmemiştir. Siyasi partiler kendi çıkarları doğrultusunda televizyon yayınlarını kullanmaya başlamışlardır.

Günlük ve düzenli televizyon yayıncılığına, 1974 yılının mayıs ayıyla birlikte başlanmıştır. 1975 yılı itibariyle renkli televizyon yayınına geçiş denemeleri olmuştur, ancak 1 Temmuz 1984 senesi itibariyle renkli televizyon yayınlarına tamamen geçilebilmiştir. TRT, 1984 yılına kadar tek kanal ve siyah-beyaz olarak yayınlarına devam etmiştir (Özçağlayan, 2000: 42).

Turgut Özal döneminde TRT dışında ikinci bir kanal daha açılması için çalışmalara başlanmıştır. 15 Ocak 1985 yılında, ikinci bir kanal kurulması kararlaştırılmıştır. Bu karar doğrultusunda TRT-2 yayınlarına 6 Ekim 1986 yılında renkli olarak başlamıştır (Yengin, 1994: 74). TRT-2, TRT-1'den farklı bir yol izlemiştir. Sanat, edebiyat, sinema, tiyatro, müzik gibi kültür ve sanat yayınlarına öncelik vermiştir.

1989 tarihinde TRT'de yeni bir kanal açılmıştır. TV-3 adıyla yayına başlayan bu kanal daha çok belgesel ve yabancı dizilerin yer aldığı yayınlar yapmıştır. Bu yayınlar, gün içerisinde yaklaşık 4 saat sürmüştür. Ayrıca aynı yıllarda GAP TV' de yayına başlamıştır. Bu kanalda, Güneydoğu'da yaşayan çiftçilik yapan halkı bilgilendirmek öncelikli amaç olmuştur. Sulu tarım, ziraat ve hayvancılık konularında bilgilendirmeler yapılmıştır. Bu dönemde kablolu televizyon yayınlarına da başlanmıştır (Cankaya, 2003: 248-250).

Devlet, kurumlarını ülke ekonomisindeki olumsuz gidişat sebebiyle 1980 yılına gelindiğinde özelleştirmeye başlamıştır. Televizyon yayıncılığı da pastadan payını almıştır (Pekman, 1997: 22; Çaplı, 2001: 46). Ancak, tekelleşen TRT'nin özerk hale gelmesi ve özel televizyonların kurulması zaman içerisinde gerçekleşmiştir. Bunun en büyük sebebi, bütün partilerin muhalefet konumundayken TRT'nin yanlı tutumundan şikâyet etmesi; hükümet statüsüne geçtiklerinde ise

TRT'yi kendi söylemleri, çıkarları ve ideolojileri çerçevesinde kullanmaya devam etmeleri gösterilmektedir (Yengin, 1994: 175-176).

TRT, ülke içerisinde tek yayın yapma izni ve altyapısı olan kurum olduğu için özel televizyonlar kurulmasa bile 1986 yılı itibariyle insanlar çanak antenler ve uydular alarak yurtdışında yapılan televizyon yayınlarını izlemeye başlamıştır. Böylece, TRT Türkiye'de tek yayın yapan kurum olma statüsünü kaybetmiştir (Cankaya, 1997: 84). Sonrasında, kanunun (3517 Sayılı) feshedilmesi ve yerine uydu yayıncılığıyla ilgili kanunların çıkarılmaması özel şahıs, kurum ve gazetelerin lehine olmuştur (Işık, 2002: 199-211). Kanundaki boşluğa ek olarak, 1990 yılında Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın da yurtdışından yapılacak Türkçe yayımlarla ilgili olumsuz söylemlerde bulunmaması özel televizyonların kurulması için uygun ortam oluşturmuştur. (Çelenk, 2005: 179).

Star-1, 1990 yılında yurtdışından Türkçe yayın yapan ilk kanal olmuştur. TRT ile özellikle reyting ve reklamlar konusunda rekabete girmiştir. TRT'nin aksine çeşitli içerikler üretmiştir. TRT'de konuk edilmeyen ünlülerle programlar yapmış, naklen futbol maçlarını sunmuş, çeşitli yarışma programları ve yetişkin içerikli yayınlar yapmıştır. Bu içerikler sayesinde TRT ile reyting yarışına girmiş ve izleyici kitlesini kısa sürede arttırmıştır.

İlk özel kanal olan Star-1'in ardından, Flash TV, HBB, Kanal 6, Kanal D, Kanal E, Show TV, Samanyolu, Tele on ve TGRT gibi birçok özel kanal 1992 ile 1993 yıllarında yayına başlamıştır (Işık, 2002: 213).

Türkiye'de özel radyo ve televizyonların yayınları ve kanalları devletin kontrolü dışında artmıştır. Kontrolsüz frekans ve yayınlar, havacılık, resmi ve askeri kurumlarda iletişimin aksamasına sebep olmuştur. Birçok kanala, savcılık kararıyla yayıncılık kanunlarına ters yayıncılık yapmaları sebebiyle 1993 yılında kapatma celbi gönderilmiştir (Cankaya, 1997: 82). Ancak, kamuoyunun tepkisi sebebiyle kapatma kararları uzun süre uygulanamamıştır. Kamuoyu, devleti radyo ve televizyon yayınlarında zorunlu olarak yasal düzenlemeler yapmaya itmiştir. 19 Nisan 1994 tarihinde, 3984 Sayılı Kanun hazırlanmış ve kabul edilmiştir. Radyo ve

televizyon yayınları, devletin otoritesinden çıkarılarak özerk hale getirilmiştir. Radyo ve televizyonlarını denetlemek üzere Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur.

2.1.2. Televizyonların Yayın Çeşitleri

Televizyon yayınları, yayın yapacak kurumun ekonomik gücü ve ulaşmak istediği hedef kitleye göre değişiklik göstermektedir. Yayınların yapılabilmesi için gerekli olan vericilerin ulaşabilecekleri mesafeler yapılan yatırımların büyüklüğüne göre değişmektedir. Yapılan yatırım ile ulaşılan hedef kitle doğru orantılıdır. Yatırım ne kadar fazlaysa ulaşılan hedef kitle de o kadar artmaktadır. Televizyon yayıncılığı; ulusal yayıncılık, bölgesel yayıncılık, yerel yayıncılık şeklinde üçe ayrılmaktadır.

Ulusal Yayın, Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın yönetmeliği 3984 Sayılı Kanun'a göre "bütün ülkeye yapılan radyo, televizyon ve veri yayını" şeklinde tanımlanmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Karasal Yayın ve Sıralama İhalesi Usul ve Esasları hakkında yönetmelikte "ülke nüfusunun asgari yüzde yetmişine ve Üst Kurulca belirlenen yerleşim yerlerine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmetini" şeklinde tanımlanmaktadır. Tanımlar doğrultusunda ulusal yayıncılık, ülke genelinde önemli görülen olaylar, haberler ve verilerin halka ulaştırılması amaçlandığı için yerel halkın özelden yaşadığı haber değeri taşıyan olayları ülke genelinde etkili değilse yayınlanmaktadır. Muhatapı olan kitle geniş alana yayıldığı için büyük ekonomik yatırımlara ihtiyaç duymaktadır.

Bölgesel yayın, Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın yönetmeliği 3984 Sayılı Kanun'a göre "Bir coğrafi bölge içindeki illerin toplam nüfusunun asgari yüzde yetmişine ve Üst Kurulca coğrafi bölge içinde belirlenen illere ulaştırılan yayın hizmeti" şeklinde tanımlanmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Karasal Yayın ve Sıralama İhalesi Usul ve Esasları hakkında yönetmelikte de "birbirine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafi bölge alanının asgari yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını" şeklinde tanımlanmaktadır. Tanım doğrultusunda, bölgesel yayıncılık belli bir bölgede yaşanan olaylar, sorunlar ve haberlerle ilgili

yayın yapmaktadır. Ulusal yayınlara göre daha az maliyetli ve daha dar bir hedef kitleye sahiptir.

Yukarıda ulusal ve bölgesel televizyon yayınlarının tanımları ve özelliklerinden kısaca bahsedilmiştir. Yayın çeşitlerinden biri olan yerel televizyon yayınları ise tezin temelini oluşturması sebebiyle bir sonraki başlıkta tanımı, işlevi ve görevleri olmak üzere detaylı bir şekilde incelenmiştir.

2.1.2.1. Yerel Televizyon Yayınları

Her toplum kendine ait kültürü, ananelerini, hayat tarzını ve kimliğini korumak ve devam ettirmek ister. Ancak, küreselleşen dünyada bu arzularını devam ettirmeye çalışırken kendilerini kapalı toplumlar haline getirmektedirler. Bu sebeple iletişim için kullanılan araçlar iki farklı görev görmektedir. Bir taraftan küreselleşmeye uyum sağlamaya çalışırken; diğer taraftan da yaşadığı toplum, şehir, kasaba, köy gibi meskenlere ait yerel televizyon, gazete ve radyoya arzu duymaktadırlar (Vural, 1996: 1053-1067).

Yerel kavramı sözlükte “yöresel, gözlem yerine ve veya gözlemcinin bulunduğu yere ilişkin” şeklinde tanımlanırken (TDK, 2005: 2170); televizyon kavramı ise “vericiden iletilen dalgaların görüntü ve ses olarak görünmesini ve duyulmasını sağlayan aygıt, televizyon alıcısı” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2005: 1943).

“Yerel” kelimesi, dar çerçevesinden çıkarılıp daha geniş bir pencereden incelenecek olursa bütünü (küresel toplum) oluşturan küçük ama önemli parçaları ifade ettiği anlaşılacaktır. Bu pencereden bakıldığında, bütünün içerisinde farklı kültür ve geçmişten gelen toplumların zenginliklerini ve güzelliklerini küresel dünyaya tanıtmayı amaç edindiği görülecektir (Ozan, 2007: 65-66).

“Yerel televizyon” kavramının tanımı; işlevi, görevleri ve yazarın tanıma bakış açısına göre farklılık göstermektedir. Bu sebeple, bu tezde yerel televizyonların tanımı yapılırken aynı kavramı tanımlayan birçok tanımdan bahsedilmektedir. Böylece, bu kavramın içinde barındırdığı anlam daha iyi açıklanmaya çalışılmıştır.

Yerel televizyon kavramı sözlükte, “belirli bir bölgeye yayın yapan televizyon” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2005: 2170). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Karasal Yayın ve Sıralama İhalesi Usul ve Esasları hakkında yönetmelikte de “en fazla bir ilin sınırları içine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmeti” şeklinde tanımlanmaktadır. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın yönetmeliği 3984 Sayılı Kanun’a göre kapsamı “mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dâhil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını” şeklinde tanımlanmaktadır.

Yerel televizyon; belli din, arka plan, coğrafi konum, bölge, etnik köken ve kültürlere özel içerik yayını yapan devlete ya da özel sektöre ait televizyonlara verilen addır. Bu medya grupları, devlet tarafından belirli zamanlarda toplumun dini, kültürel, coğrafi, bölgesel, etnik, siyasi, ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarına uygun yayınlar yapmaktadırlar. Devletin dışında aynı ihtiyaçları karşılamak amacıyla vakıflar, özel sektör veya gruplar tarafından da kurulabilmektedirler (Tekinalp, 2003: 175-176).

Bir yerleşim biriminde olup biten önemli olayları, her türlü etkinlikleri, genel bilgileri haber, diğer yazımsal türler, fotoğraf, ses ve görüntüleri ile yansıtan medya kuruluşlarıdır (Akt., Ballı, 2010: 25).

Kısaca, yerel televizyon yayınlarının ulusal ve bölgesel yayınlara göre hitap ettiği hedef kitlesi kısıtlıdır. Yöre halkının ihtiyaçları doğrultusunda haberler yapılmaktadır. Yöre halkını, ülke içerisindeki ve kendi yöresindeki olaylar konusunda bilgilendirirken; küresel toplumun en küçük yapı taşı olarak yerel halkı ve zenginliklerini dünyaya tanıtmak da en önemli amaçlarından. Bu amacını gerçekleştirebilmek içinse haber kaynağı ve hedef kitlesiyle sağlıklı bir ilişki kurması gerekmektedir.

Yerel medyanın muhatabı olduğu hedef kitle aynı zamanda haber kaynaklarını da oluşturmaktadır. Birbirleri arasında karşılıklı fayda ilişkisi bulunmaktadır. Bu kitle; yerel halk, kamu kuruluşları (Emniyet Genel Müdürlüğü, valilikler, Jandarma Genel Müdürlüğü, muhtarlıklar, belediyeler, vb.), spor kulüpleri,

sendikalar, STK'lar, meslek örgütleri ve odalar, diğer yayın kuruluşları, temsilcilikler, politik yapılar, reklam veren şahıs ve kurumlar şeklinde sıralanmaktadır (Vural, 1999: 11).

2.2. Yerel Televizyonların İşlevleri ve Önemi

Yerel televizyonların işlevleri üçe ayrılmaktadır. Bunlar şu şekildedir:

Birincisi, yönetimlerin halk adına yaptıkları kamu hizmetlerini duyurmak. Yönetenlerin halka sorumlulukları konusunda yaşanan aksaklıklar varsa bu konuda da kamuoyu oluşturmaktır. Böylece halk adına denetleme görevini yerine getirmektedirler. Hükümet ve vatandaş arasındaki karşılıklı ilişkinin sağlanmasında önemli rol oynar. İkincisi, yerel yönetimlerle halk arasında iletişim kurmaktır. Yani birinci işlevinde ülkenin yönetiminden sorumlu olanları denetlerken, ikincisinde yerel yönetimleri denetlemekte ve halkla arasındaki ilişkiyi sağlamaktadır. Üçüncüsü, demokrasi kültürünün oluşturulması, halkın hak ve özgürlüklerini bilmesi amacıyla yerel halka yönelik eğitim içeriklerinin üretilmesidir (Sezgin, 2007: 177-178).

Yerel televizyonların, halkın haber alması ve vermesi; eğitim alması ve kültürlenmesi, eğlenmesi ve sosyal faaliyetleri hakkında bilgi alması; kamuoyu oluşturması, yörede satılan malzeme ve verilen hizmetlerin tanıtılması gibi görevleri bulunmaktadır. Bunlar, maddeler halinde aşağıdaki gibidir;

1. Yerel televizyonlar, ilk dönemlerinde toplumların küresel dünyayı tanıyıp kendilerinin de var olduğunu ispat edebilmelerine olanak sağlamaktaydı. Sonrasında ise uzak mesafelerin yakınlaşmasını sağlayan, farklı toplumları birbirine tanıtan bir konuma geldi. Günümüzde ise ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarının ulaşamadığı bölgeler için halkın nabzını tutan, onların sorunları ve ihtiyaçlarıyla ilgilenen ve duyuran bir konumdadır. Bu sayede yerel halkların sesini duyurabilecek bir kamuoyu oluşturma görevi üstlenmiştir (İzgi, 1992: 81).

2. Yerel televizyonların, ulusal televizyonların aksine yerel halk ile sıcak ilişki ve iletişim kurma olanakları bulunmaktadır. Bu sebeple, halkın sorunları ve ihtiyaçları konusunda daha çok bilgi sahibidirler (Vural, 1999: 41).

3. Yerel televizyonlar, yöre halkının yaşadıkları bölgedeki sosyal, kültürel ve ekonomik olaylardan haberdar olmaları, bu olayları ve sorunları içselleştirip, araştırma, yorumda bulunma ve çözüm yolları aramakla görevlidirler (Akt., Ballı, 2010: 25).

4. Yerel televizyonlar, hedef kitesinin sorunlarının ne olduğunu araştırmak ve bu sorunları gerekli mercilere bildirmekle de görevlidirler. Bu sayede, yerel yönetimlerde demokrasiye yardımcı olmaktadırlar (Akt., Ballı, 2010: 24).

5. Yerel televizyonların, yerel halka herhangi bir konuda haber vermek, bilgilendirmek, kültürel faaliyetlerde bulunmak, eğitmek ve eğlendirmek gibi görevleri bulunmaktadır. Bu görevi, yerel halkın birbiriyle ve yöneticileriyle iletişim halinde olmasına olanak sağlar (Vural, 1999: 44).

6. Yerel televizyonlar, toplum içerisinde görüş farklılıkları, problemler ve anlaşmazlıklar varsa tarafların birbirlerini daha iyi anlayabilmesini ve problemlerini daha sağlıklı bir şekilde çözebilmesini sağlamaktadır (Mutlu, 1998: 101).

7. Yerel televizyonlar, yerel yönetimler içinde kurtarıcı rolündedir. Çünkü kitleleri aynı anda bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve harekete geçirme özelliği bulunmaktadır. Bu sayede toplumda karşılaşılan sorunları, ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel gelişimleri ve değişimleri objektif bir dille yöre halkına iletirler (Girgin, 1997: 39).

8. Yerel televizyonlar, belli bir bölgedeki halkın dini, kültürel, etnik kimliğini ve haklarını korumakla yükümlüdür. Ayrıca, o yörenin kendine has zenginliklerini ve saygınlığını yüceltecek faaliyetler içerisindedir. Yöre halkının aidiyet duygusunu arttıracak içerikler üretmekle yükümlüdür (Işık, 2001: 38-43).

9. Yerel televizyonlar, bulunduğu bölgedeki sanatsal faaliyetler, hava durumu, bölgeye özgü doğa olayları, nöbetçi eczaneler ve sosyal olaylar ayrıca sinemaya gelen filimler gibi önemli bilgileri halka sunmaktadır (Yüksel, 1992: 61).

10. Yerel televizyonlar, yerel yönetimlerin seçimlerinde önemli rol oynamaktadır. Yerel yönetimlerin kamuya hizmetlerini aynı zamanda kamuya verdikleri zararları da tarafsız bir şekilde halka iletmekle yükümlüdürler. Bu sayede halkı, mevcut yerel yönetimle devam etme ya da yeni yönetimi seçme konusunda yönlendirmektedirler (Şeker, 2007: 11-12).

Yerel televizyonlar, halkın birinci elden sorunlarına ve ihtiyaçlarına cevap verebildikleri için Avrupa'da yaygın basından daha fazla baskı sayısına sahiptir (Girgin, 2001: 141). Ulusal televizyonlar, sorumlu oldukları bölgelerin genişliği ve içeriklerin çeşitliliği sebebiyle herhangi bir bölgede yaşayan yerel halk için önemli olan konulara değinmemektedirler. Ancak, insan doğası gereği kendisine en yakın olan haberlere ve olaylara kendisinden uzakta olan ve ihtiyaçlarına cevap vermeyecek konulardan daha fazla ilgi duymaktadırlar (Şeker, 2007: 11).

Yerel televizyonlar yerel halk için ulusal ve uluslararası televizyonlardan daha yararlı ve ilgi çekicidir. Eğer yerel televizyonlar, yerel ve ulusal yönetimlerin, medya patronlarının ve finansmanlarının; kendi şahsi çıkarları doğrultusunda kullanılmak için değil de halkı sağlıklı bir şekilde bilgilendirmek ve halka hizmet etmek için kullanılırlarsa halkın güvenini kazanmış ve görevlerini başarıyla yerine getirmiş olacaklardır.

2.3. Yerel Televizyonların Yapısal Koşulları

Yerel televizyonlar, medyanın geniş mozaik yapısının önemli bir ögesini oluşturmaktadırlar. Coğrafi olarak sınırlı bir bölgeye odaklanarak bu bölgenin tarihi, kültürel çeşitliliği ve güncel yaşamını yansıtan özel içerikler üretmektedirler. Her yerel televizyon kanalı, örgüt yapısı, kapsam alanı, içerik üretimi, yatırım kaynakları ve toplumla kurduğu bağ açısından yapısal olarak farklılık göstermektedir. Bu nedenle, bu yapısal özellikleri incelemek, her bir yerel televizyonun toplumla nasıl etkileşimde bulunduğunu ve yerel bilgi ihtiyaçlarını nasıl karşıladığını daha iyi

anlamamıza yardımcı olur. Bu bölümde, bu amaç doğrultusunda yerel televizyonların yapısal koşullarından kısaca bahsedilmiştir. Yerel televizyonların yapısı, kapsama alanı, içerik üretimi, yatırım kaynakları ve sahiplik yapısı gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişmektedir.

Yerel televizyonların yapısal koşulları, yayının kapsamına, teknik kapasitesine ve içerik üretimine göre değişebilir. Ancak genel olarak, yerel televizyonların sahip olduğu bazı yapısal koşullar şunlardır:

Kapsam Alanı: Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın yönetmeliği 3984 Sayılı Kanun'a göre yerel televizyonların kapsamı "mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını" şeklinde sınırlandırılmaktadır. Yerel televizyon kanalları, öncelikle hangi şehir, kasaba, belde veya yöreye yayın yapacaksa yayın yapacağı alanı belirler. Yayın yapacağı alan, izleyici kitlesini ve içerik odaklarını şekillendirir. Bazı yerel televizyonlar yalnızca bir kasabanın veya şehrin haberlerini kapsarken, bazıları da daha geniş alanları kapsamaktadırlar. Böylece kapsam alanı, bir yerel televizyon kanalının kimliğini ve odak noktasını oluşturmaktadır.

Program İçerikleri: Yerel televizyonların program içerikleri, genellikle yayın yaptıkları coğrafi bölgeye odaklanmaktadır. İlk olarak, yerel toplumda yaşanan güncel olayları haber programları vasıtasıyla yöre halkına iletmeyi amaçlamaktadır. Bu haber programları, yerel haberlerin yanı sıra hava durumu tahminleri, trafik bilgileri ve yerel etkinliklerin duyurularını içermektedir. Aynı zamanda, yerel spor etkinliklerini kapsayan programlar, yerel spor takımlarının karşılaşmalarının canlı yayınlarına ev sahipliği yapmaktadırlar. İkinci olarak, toplumun kültürel ve sosyal etkinliklerini tanıtan önemli toluma yönelik programlar bulunmaktadır. Bunlar, yerel sanatçıların performansları, konserler, yerel festivaller ve kültürel etkinlikler gibi çeşitli konuları ele alır. Üçüncü olarak, bölgesel tarih ve kültürü ele alan belgesel programları da yerel izleyicilere bölgenin köklerini ve kimliğini daha iyi anlama fırsatı sunmaktadır. Son olarak, yerel işletmeler ve kuruluşlar için reklam ve tanıtım fırsatları sunan reklam programları, yerel ekonomiye katkıda bulunur ve televizyon kanalının gelir kaynaklarından birini oluşturur. Bu geniş yelpazede program

içerikleri, yerel televizyon kanallarının izleyici kitlesine hem bilgi hem de eğlence sunarak topluluk bağlarını güçlendirmesini ve yerel ilgi alanlarına yanıt vermesini sağlamaktadır.

Finansman Kaynakları: Bir organizasyonun veya işletmenin gelir elde ettiği ve faaliyetlerini finanse etmek için kullandığı kaynakları ifade etmektedir. Bu kaynaklar, bir televizyon kanalının operasyonlarını sürdürmek, yatırım yapmak, personel maaşlarını ödemek, pazarlama faaliyetleri yürütmek ve genel olarak işleyişini desteklemek için kullanılmaktadır. Televizyon kanallarının yaygın finansman kaynakları; reklam gelirleri, sponsorluklar, abonelik ücretleri, hükümet yardımları ve hibeler, krediler veya öz sermayeden karşılanmaktadır. Finansman kaynakları, yerel televizyonların büyüme stratejilerini, operasyonlarını ve gelecekteki planlarını şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Bu kaynakların nasıl yönetildiği ve kullanıldığı, kanalın sürdürülebilirliği ve başarısı için belirleyici olmaktadır (Yavuz, 2021: 107).

Sahiplik Yapısı: Bir kuruluşun veya işletmenin kimin veya hangi grupların sahibi olduğunu belirlemek için kullanılmaktadır. Yerel televizyon kanallarının sahiplik yapısı, bu televizyon kanallarının kim tarafından kontrol edildiğini göstermektedir. Bazı yerel televizyonlar bağımsız olarak yerel işletmeler veya aileler tarafından işletilmektedir. Ancak, büyük medya gruplarının parçası olarak faaliyet gösteren televizyonlarda bulunmaktadır. Bu kanallar, merkezi bir şirket veya holding tarafından kontrol edilmektedir (Özdemir, 2022: 950). Sahiplik yapısı, televizyon kanalının içerik politikalarını ve yatırımlarını etkilemektedir. Örneğin; büyük medya grubuna ait bir yerel televizyon kanalı, ulusal düzeyde belirlenen politikalar ve stratejilere daha fazla bağlıyken, bağımsız bir yerel işletme tarafından işletilen bir kanal daha fazla yerel bağımsızlığa sahiptir.

Topluluk İlişkisi: Yerel televizyonlar, toplumun günlük yaşamını ve olaylarını yakından takip ederler. Yerel haberler ve olayları toplumla paylaşırlar. Yerel festivaller, yardım organizasyonları, eğitim seminerleri ve diğer toplulukların etkinliklerini desteklerler. Bu tür etkinliklere katılır, onları tanıtır ve bu etkinliklerin başarısına katkıda bulunurlar. Yerel televizyonlar, toplulukla iş birliği yaparak

toplumun ihtiyaçlarına daha iyi yanıt vermektedirler. Bu iş birliği, yerel organizasyonlarla, okullarla, yerel yönetimlerle ve sivil toplum kuruluşlarıyla çalışmayı içermektedir.

Örgüt Yapısı: Yerel televizyonlar, toplumun haberlerinden eğlenceye, kültürel etkinliklerden toplumsal sorumluluk projelerine kadar geniş bir yelpazede içerik sunan medya kuruluşlarıdır. Bu yerel medya kuruluşlarının arkasındaki örgüt yapısı, karmaşık ve çok katmanlıdır. Yerel televizyonların başarılı işleyişi için gerekli olan bir dizi departman ve uzmanlık alanı bulunmaktadır. Genellikle bir yönetici ekibi tarafından yönetilen bu örgüt yapısı, içerik üretiminden teknik altyapının sürdürülmesine, pazarlama stratejilerinden topluluk ilişkilerine kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösterir. Yerel televizyonların karmaşık ve çok yönlü örgüt yapısının ana hatlarıyla aşağıdaki gibidir:

Üst yönetim, televizyon kanalının genel yönetiminden ve stratejik kararlarından sorumlu birimdir. Editoryal ve içerik üretimi departmanı, haberlerin, programların ve diğer içeriklerin üretimini ve sunumunu denetler. Bu bölümde yer alan muhabirler, editörler, kameramanlar ve yapımcılar, haberlerin ve programların kalitesini sağlamak için bir araya gelirler. Pazarlama ve reklam departmanı, televizyon kanalının reklam gelirlerini artırmak, izleyici kitlesini genişletmek ve marka bilinirliğini arttırmak için çalışmalar yapar. Reklam satış temsilcileri, reklam kampanyalarını yönetir ve reklam verenlerle iletişim kurar. Teknik ve prodüksiyon departmanı, teknik altyapının sürdürülmesinden sorumludur. Kamera operatörleri, ses mühendisleri, ışık teknisyenleri ve video editörleri, programların teknik gereksinimlerini karşılamak için birlikte çalışır. Finans ve idari işler departmanı, televizyon kanalının mali işlerini denetler ve ofis yönetimi ile ilgilenir. Muhasebeciler, finans analistleri ve bütçe yöneticileri, kanalın finansal sağlığını korumak için çalışırlar. Satış ve dağıtım bölümü, programların izleyici kitlesine ulaşmasını sağlar. Yayın anlaşmaları yapar ve iletişim altyapısını yönetir. Topluluk ilişkileri bölümü, kanalın toplumla etkileşimini güçlendirmeyi amaçlar ve topluluk etkinliklerine katılır. Aynı zamanda yardım projelerini destekler ve toplumla iletişim kurar. Son olarak, teknoloji ve altyapı bölümü, bilgisayar sistemleri, sunucular, veri

depolama ve iletişim ağılarını sürdürmekten sorumludur. Bu bölümü, teknik takımların ve yazılımların güncel kalmasını sağlamaktadır (Çakır, 2003: 182-185).

2.4. Yerel Televizyonların Problem Alanları

Yerel televizyonların problem alanları; hukuki problemler, mali problemler, malzeme ve ortam yetersizliği, kalifiye çalışan bulma problemi, kurumsallaşma problemi olmak üzere dört alt başlıkta incelenmiştir.

2.4.1. Hukuki Problemler

3984 Sayılı Kanun'un 8. Maddesinde RTÜK'ün görevleri arasında yayın yapacak ulusal, bölgesel, yerel kanalların ve frekanslarının belirlenmesi yer almaktadır. Ancak, uygulamalarına bakıldığında RTÜK ulusal ve bölgesel kanallara daha çok kanal ayırırken; yerel kanallara daha az kanal ayırmaktadır. Bunun yanı sıra, frekanslar için gereken ödemeler yerel kanalların kısıtlı bütçelerini zorlamaktadır (Aytekin, 2001: 44).

2.4.2. Mali Problemler

Televizyon yayıncılığında kanalların kendilerini idame etmesinde, yeni yatırımlar yapmasında ve çalışanların maaşlarını ödemesinde reklam gelirleri önemli bir yer tutmaktadır. Eğer bir yöre yeteri kadar gelişmemiş ve esnafı reklamların önemi hakkında yeterince bilgili değilse; yerel kanalların kurulması, kurulsun bile kendisini idame ettirebilmesi imkânsızdır (Bay, 2007: 117-118).

Maddi olarak sıkıntı içerisinde olan yerel televizyonlara aynı zamanda devlet kuruluşları da vergi konusunda indirim uygulamamaktadır. Bu kurumlar; Meteoroloji, PTT, RTÜK ve Telekom şeklinde sıralanmaktadır.

Ayrıca, 2 Mayıs 1995 tarihinde Resmî Gazetenin 22275 Sayılı maddesi gereği haftalık belli oranda Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği programları yayınlanmak zorundadır. Ancak, 5846 Sayılı Fikir ve 5101 Sayılı Kanun gereğince de telif ödenmesi gerekmektedir. Kanal masraflarını özemekte zorlanan yerel televizyonlar buna ek olarak telif hakkı ödemelerinin de altında ezilmektedirler (Tinas, 2010: 71).

2.4.3. Malzeme ve Mekân Yetersizliği

Televizyon yayıncılığı için gerekli olan malzemeler, teknolojinin her geçen gün gelişmesiyle doğru orantılı olarak yenilenmekte ve çeşitlenmektedir. Ancak, televizyon yayıncılığında kullanılan malzemeler ve yeni teknolojiler pahalıdır. Yerel televizyonlar gibi kısıtlı yatırım alan ve ekonomik problemler karşısında ayakta kalmaya çalışan kurumlar, yeni gelişmelere ve malzemelere yatırım yapamamaktadırlar (Mahmutoğlu, 2007: 108).

Yerel televizyonların birçoğu televizyon yayını yapmak amacıyla oluşturulan stüdyolar yerine kiralık dairelerde yayınlarını sürdürmektedirler. Bütçe yetersizliği nedeniyle, yayına uygun stüdyolar yerine iş hanları ya da dairelerde yayınlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bu da yayınların kalitesinin düşmesine sebep olmaktadır (Aytekin, 2001: 49).

2.4.4. Kalifiye alışan Bulma Problemi

Bir televizyon programının sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için teknik olarak yayıncılığın nasıl olacağını bilen kalifiye çalışanlar gerekmektedir. Alıcı, sadece yayını sunan kişiyi görürken bir yayının hazırlanması, düzenlenmesi, sunulması, geri dönütlerin alınması gibi birçok süreci bulunmaktadır. Her süreç kendi içerisinde profesyonel olarak yapacak insan gücü gerekmektedir. Yerel televizyonlar, ulusal televizyonlara oranla bu konuda fazlasıyla yetersizdirler. Mali problemleri sebebiyle çalışanlarına yeterli maaş verememektedirler. Bu sebeple çalışanlar, bölgesel veya ulusal yayın kanalları gibi daha büyük ve şartları daha iyi yayın kuruluşlarını tercih etmektedirler. Yetişen alışanlarının sürekli farklı kurumlara geçmesi, yayınların kalitesini olumsuz ynden etkilemektedir. Televizyon yayıncılığı yapan kurumlarda çalışmaya uygun olan mezunlar da maddi olarak daha yüksek maaş alabilecekleri, mesleki olarak yeterliliklerini arttırabilecekleri ve yükselebilecekleri ulusal kanalları tercih etmektedirler. Bu durumda, yerel kanalların yetişmiş, kalifiye çalışan ihtiyaçlarını karşılayamamalarının en büyük sebebidir (Bay, 2007: 101).

2.4.5. Kurumsallaşma Problemi

Yerel televizyonlar, ekonomik açıdan maliyetli olması sebebiyle kanunlarda yer alan boşluklardan da yararlanarak, yayınlarını kurumsallaştırmamaktadırlar. Kurumsal bir yapıya sahip olmadıkları için kaliteli ve kalifiye çalışanları sürekli daha büyük ve kurumsal yayın organlarını tercih etmektedir. Bu durumda yapılan yayıncılığı olumsuz yönde etkilemektedir (Bay, 2007: 117).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL TELEVİZYON SORUNLARININ ÇALIŞANLARININ GÖZÜYLE İNCELENMESİ ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yerel televizyonlar, yayın yaptıkları bölgenin sosyo-kültürel değerlerine katkı sağlaması ve bölgeye has kültürel dokuyu yansıtması açısından oldukça önemlidir. Ayrıca yerel televizyonlar yayın yaptıkları bölgede yaşanan problemleri kamuoyuna taşıyarak bu sorunların çözümüne de katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda desteklenmesi gereken yerel televizyonlar hak ettiği değeri çoğu zaman görmemektedir. Bu çalışmada yerel televizyonların işleyişinden yaşanan sorunların çalışanlarının tutum ve bakış açılarıyla toplanan bilgi ve düşünceler günümüzde geleneksel medya ile ilgili veriler ışığında yorumlanacaktır.

Yerel medya, faaliyetlerini yürüttüğü il ya da bölgenin kamusal, sosyal ve politik bakımdan düşünce dünyasının inşasında önemli bir aracı durumundadır. Yerel medya kuruluşları buldukları bölgeye dair izlenimlerin oluşması ve faaliyette bulunduğu bölgede insanların yerel medyaya karşı güven ya da güvensizliğinin oluşmasında oldukça etkilidir. Yerel medya kurulduğu bölgedeki toplumun nabzını tutma, toplumsal faaliyetlerini ve güncel gelişmelerini detaylı bir biçimde aktarma konusunda yaygın basından daha etkilidir. Yerel medyanın faaliyet gösterdiği bölgede sağlamaya çalıştığı güvenin ve istikrarın oluşup oluşmamasında birçok faktör etkilidir. Özellikle yerel medyanın yapısal şartları, çalışma koşulları, belirli alanlardaki sınırlılıkları ve sorunları bu kuruluşlara karşı toplumsal güvenin inşasında önemli faktörler olarak öne çıkmakta (Şen, 2020: 18).

Yerel medya; bir ilin veya birkaç ilin sınırlarını kapsayan ya da bir ilçede yayın ve yayım faaliyetlerini sürdüren medya kuruluşlarını ifade eden bir kavramdır(Yüksel ve Gürcan, 2005: 9-10).

Yerel medyanın işlevsel açıdan önemini yansıtan en önemli faaliyetlerinden birisi kurulmuş olduğu bölgede hâkim olan yönetimini halk adına denetleyici olmasıdır. Faaliyetlerini sürdürdüğü bölgenin bazı önemli toplumsal problemlerini ve isteklerini kamuoyuna taşıyarak değerlendirmesi, bu konularla ilgili bilgilendirmeler yapıp alternatif bir gündem başlığı haline getirmesi yerel medyanın önemini ortaya çıkarmaktadır. Yerel medyanın tercih edilmesinde, yerel halkın ifade ve taleplerinin yaygın medyanın haber ve gündemi değerlendirir nitelikteki yayınlarında yeterince yer bulamaması etkilidir (Yaşın, 2019: 115-151)

Türkiye’de gazetecilik mesleğini icra edenlerin yani basın çalışanlarının birçoğu gazetecilik meslek tanımında geçen koşullarda çalıştırılmamaktadır. Bu bağlamda 1961’de yürürlüğe giren 212 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun” gereğince basın çalışanlarının fikir işçisi konumunda çalıştırılması gerekmektedir (Girgin, 2014: 332).

Özellikle yerel televizyon kuruluşları, yayın hayatlarına başladıkları yıllardan itibaren, yayınlarını ve içeriklerini kaliteli hale getirebilmek için yeterince mali kaynak sağlayamamaktadır. Gelir kaynağını büyük oranda reklam ve detekleyicilerin oluşturduğu yerel televizyon kuruluşları, mali açıdan yaşadıkları zorluklar dolayısıyla çalışan istihdamı açısından ve faaliyetlerini devam ettirme açısından oldukça zorlanmaktadır. Mali açıdan zor bir dönem yaşayan yerel televizyon kuruluşlarının birçoğu faaliyetlerini sonlandırarak kapanmıştır. Yerel televizyonlar, bulunduğu bölge için oldukça önemli bir kaynak durumundayken, özellikle yayın yaptığı bölgede yaşayan insanların (tüm dünyada olduğu gibi) iletişim aracı tercihlerinin değişmesinden olumsuz anlamda etkilenmiştir. Yeni medya ile insanların televizyon izleme alışkanlıklarında belirgin bir değişim gözlenmektedir.

Bu doğrultuda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun yapmış olduğu Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması sonuçlarına göre; hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerinin 2006 yılında (RTÜK,2006) 5saat 6 dakika, 2009 yılında (RTÜK,2009) 4 saat 18 dakika, 2012 yılında (RTÜK,2012) 3 saat 42 dakika,

2018 yılında ise 3 saat 30 dakika olduğu görülmektedir.” (www.rtuk.gov.tr , erişim Tarihi.13.07.2023)

Televizyonların takip edilirlilik oranındaki bu azalma hem yaygın basın hem de yerel basınının en etkili iletişim aracı olan televizyon kuruluşların faaliyetlerini ve dolayısıyla yerel televizyon çalışanlarını olumsuz yönde etkilemiştir.

Televizyon yayınlarının daha çok takip edildiği yıllarda, şirketler reklam ve tanıtım ile ilgili bütçelerinin büyük bir kısmını en etkili iletişim araçlarından birisi olan televizyona ayırmaktaydı. Fakat günümüzde şirketler, özellikle internet tabanlı yayınlar ve yeni medya üzerinden yapılan tanıtımlara da ciddi oranlarda bütçe ayırarak bu alanda yerel televizyon gelirlerinin düşmesine sebebiyet vermektedir. Bu durum da yerel televizyonlarda çalışanların sorunlarının artışına sebebiyet vermektedir.

Kanunlar belirtilen haklardan doğan çalışma şartları medya işletmelerince ağır bulunması nedeniyle uygulanmamaktadır. Medya çalışanlarının büyük bir çoğunluğu 4857 sayılı “İş Kanunu” çerçevesinde çalışmaktadır. Gazeteciler toplumun fikir işçileri olmasına rağmen bahsi geçen kanun gereği iş güvencesinden yoksun bir vaziyette çalışmaktadır. Gazetecilere sağlanmaya çalışılan haklar bir iş güvencesi ile sabitlenmedikçe uygulamadan yoksun olacaktır. Gazetecilik mesleği tanımında geçen bağımsızlık kanuni bir güvenceye alınmadıkça yaygın veya yerel basın kuruluşlarında bu mesleği icra eden medya mensupları, hem çalıştıkları medya kuruluşlarının ideolojileri ekseninde hem de egemen ekonomik ve siyasi güç karşısında mesleğin gereklerini yerine getiremeyecektir. Gazetecilik sıfatını kazanmak ve medya alanında istihdam edilmek medya kuruluşlarının önceliğine bağlı kalmaktadır. Bu durum medya çalışanlarının doğruları ifade etmesinin, toplum yararına özgürce fikrini beyan etmesinin önündeki en önemli engeldir (Şakar, 2002: 14).

Yerel medyanın en güçlü iletişim araçlarından birisi olan yerel televizyonların, yaşamış olduğu sorunlar yalnızca çalışanlarına sunulan imkânlarla sınırlı değildir. Yerel televizyonlarda çalışanların, çalışmalarını basın etik kurallarına

göre yürütememelerinin en önemli gerekçelerinden birisi de yerel televizyon yöneticilerinin yerel yönetimlerin etkisi altında kalmasıdır. Yerel televizyon yöneticilerinin çalışanlardan beklentilerinin yüksek olması ve yaygın basın ile sunulan imkânlar açısından büyük bir uçurum olması bu sektörde çalışanları birçok zorlamaktadır.

3.2. Araştırmanın Soruları

Bu amaç ekseninde araştırmada, yapılan görüşmelerde şu sorular irdelenmeye çalışılacaktır.

1. Yerel televizyon çalışanlarının meslek ile ilgili algısı nasıldır?
2. Yerel televizyon çalışanları mesleklerini nasıl icra etmektedirler?
3. Yerel televizyon çalışanlarına sunulan çalışma ortamı mesleki anlamda yeterli mi?
4. Yerel televizyon çalışanlarını mesleki açıdan sınırlayan gerekçeler nelerdir?
5. Yerel televizyon çalışanları basın hak ve özgürlüklerinden istifade edebiliyorlar mı?
6. Yerel televizyon çalışanları televizyon yayıncılığının geleceği hakkında neler düşünmektedirler?
7. Çalışanların nazarında yerel televizyonların işleyiş açısından en önemli sorunu nedir?
8. Mali ve teknik açıdan yerel televizyonlar gerekli imkânlara sahip mi?
9. Yerel televizyonlar yayın yaptıkları bölgede ne derece etkilidir?

3.3. Sınırlılıklar

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar vardır. Çalışmada Konya ilinde yayın yapan yerel televizyonların çalışanları ile derinlemesine mülakatlar yapılarak bu alanda yaşanan sorunlara ilişkin sorular yöneltilecektir. Bu sorular yerel medya alanında yapılmış olan literatür taraması neticesinde elde edilen bilgi ve yaklaşımlar dikkate alınarak değerlendirilip rapor haline dönüştürülecektir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği

Televizyon, her türde haber ve program formatını geliştirebilen bir iletişim aracı olma özeliği ile toplumun bütün sosyal sınıflarının ilgisini çekebilmektedir. Özellikle cinsellik, saldırganlık ve merak uyandırıcı türden program ve diziler ile insan duygularını etkileyebilen, izlenme kaygısı ile bazı toplumsal değerleri hiçe sayan bir medya organı haline gelmiştir. Fakat özellikle uydu yayıncılığı sayesinde, ilk yıllarda tek bir kanaldan birçok içeriği sunan televizyon kanallarının yanında tematik kanallar çoğalarak izleyiciye oldukça geniş bir seçme alanı da tanımıştır. Spor, eğlence, müzik, haber ve toplumun ilgisini çekecek daha birçok alanda televizyon kanalları kurularak toplumun tüm kesimlerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Televizyon, üretilen içeriklerin ve program formatlarının hızla tüketildiği ve izleyiciye daima kendini yenilemiş bir halde ulaşma zorunluluğunu üzerinde taşıyan bir iletişim aracıdır. Bu durumun en önemli gerekçesi ise izleyici kitlesini arttırmak ya da var olan kitleyi korumaktır. Fakat program ve içerik üretimi için çok yüksek maliyetler ortaya çıkabilmektedir. Sonuç olarak medya sahipliği, yine egemen siyasi ve iktisadi güçlerin güdümünde olmak durumunda kalmıştır. Televizyonun toplum üzerinde bir tüketim kültürü oluşturma çabası aslında varlığını devam ettirebilme amacının bir ürünüdür. Televizyon, belirli yasal düzenlemelerle kontrol edilmeye çalışılan bir iletişim aracı gibi görünse de, siyasi otoriteye hizmet etmek durumunda kalan ve basın özgürlüğü kavramının geçerli olmadığı iletişim aracıdır.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ve görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada; televizyon yayıncılığının geçmişten günümüze gelişimi ve toplum üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu bağlamda yerel televizyonların yayın yaptıkları

bölgede sosyal ve kültürel açıdan etkinliği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yerel televizyonların işleyiş açısından yaşamış oldukları sorunlar çalışanlarının bilgi, deneyim ve görüşleri dikkate alınarak yöneltilen sorularla irdelenmişti. Yerel medya ile ilgili yapılan araştırma sonuçları ve bu alanda öne sürülen yaklaşımlar dikkate alınarak çalışanlara yöneltilen sorular yorumlanmıştır. Çalışmada öncelikle bir kavram olarak yerel medya konusu araştırılarak bu konuda yazılmış olan en iyi 10 tez incelenmiş, ayrıca bu konuda Konya bölgesinde faaliyet gösteren medya ile ilgili meslek grubu hüviyetini taşıyan cemiyetlerin çalışmaları incelenerek bu bilgiler değerlendirilmeye alınmıştır.

3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Konya ili, örnekleme ise Konya ilinde yayın yapmakta olan yerel televizyon çalışanlarıdır. Konya’da yayın yapmakta olan yerel televizyonların çalışanlarından 17 kişiye derinlemesine mülakata tekniği kullanılarak sorular yöneltilmiştir. 2 kişiden elden edilen veriler tam olarak araştırmanın içeriğinin, yansıtmadığı için iki görüşme iptal edilmişti, araştırmada örnekleminin 15 kişi ile sınırlandırılmasının nedeni, araştırmaya ilişkin elde edilen verilerin yeterli doygunluğa ulaşmasıdır. Bu minvalde 15 kişi ile yapılan görüşme araştırmaya dâhil edilmiştir. Yerel medya ile ilgili yapılan araştırma ve incelemeler sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda yöneltilen sorulardan elde edilen sonuçların analizi yapılmıştır. Araştırmada yerel televizyonların sorunları çalışanlarından ulaşılan veriler neticesinde incelenmiştir.

3.6. Bulgular ve Değerlendirme

Bu bölümde Konya’da yerel televizyon çalışanlarının sorunlarının tespiti, meslek ile ilgili algısı, çalışma ortamı ile ilgili yaşamış oldukları problemler ve televizyonculuğun geleceği değerlendirilmiştir.

3.7. Yerel Televizyon Çalışanlarının Sorunlarının Tespiti

Çalışmanın bu bölümünde Konya’da yayın yapmakta olan yerel televizyonların işleyiş açısından mevcut sorunlarının ortaya çıkarılması

hedeflenmektedir. Yerel televizyon çalışanları ile yapılan görüşmeler sonucunda yaşanan sorunlar 3 ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar; yerel televizyonların maddi sorunları, çalışanları mesleki açıdan sınırlayan gerekçeler ve çalışanların basın hak ve özgürlükleri olarak belirlenmiştir. Bu ana başlıklar ile ilgili araştırmanın nitel verileri yorumlanmıştır.

3.7.1. Maddi Sorunlar

Araştırmanın bu bölümünde çalışanların yerel televizyonların maddi sorunları ile ilgili düşünceleri ele alınmıştır. Yerel TV'lerin mali kaynakları, teknolojik alt yapısı ve üretilen içerikleri, çalışma şartlarındaki zorluklar, bina fiziki yetersizlikleri gibi pek çok neden çalışanların duygu ve düşüncelerini etkileyen faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca yerel televizyonların uydu yayınına geçişi ile birlikte ödemekte oldukları yüksek uydu kiralalarının, çalışma şartlarını ve çalışanları dolaylı yönden etkilediği görülmektedir. Yerel televizyonların yaşadığı maddi zorluklar çalışanların duygu ve düşüncelerini, mesleki gelişimlerini ve mesleğe karşı olan tutumlarını etkilemektedir. Çalışanların maddi sorunları nasıl ifade ettikleri, bu sorunların sosyal hayatlarını nasıl etkilediği ve iş yeri çalışan ilişkileri açısından neler yaşadıkları betimlenmeye çalışılmıştır. Yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bilgiler genel olarak birbiri ile benzerlik göstermektedir.

“Çalışanların nazarında yerel televizyonların işleyiş açısından en önemli sorunu, finansal sorunlardır. Çalışanlar, yerel televizyonların mali açıdan ayakta kalabilmesi için devlet desteğine ihtiyaç olduğunu düşünmektedirler. Bu konu da haliyle önünü göremeyen televizyon için enerji kaybıdır.”(M. E, 32, TV program sunucusu)

“Maddi imkânlar, maaşların dolgun olmayışı, bunların yanında ulaşım sorunları, sosyal haklar ve çalışma alanının kısıtlı olması gibi sorunlar bulunmaktadır. Bunların dışında ek isteklendirme desteğinin olmayışı ise kişileri biraz bu alandan uzaklaştırmaktadır. Yerel televizyonlarda çalışan insanlar severek yaptıkları işten zaman zaman yukarıdaki sebeplerden ötürü soğuyabilmekteler. ” (E.S.A, 42, TV program sunucusu)

“En önemli bir sorun tabii ki maddiyat, yaptığın işin karşılığını maddi olarak elde edememek. Bugünkü ülke şartları basın mensuplarının maddi olarak ayakta kalmalarını çok zor hale getirmiştir. Kameramandan örnek verecek olursak çekim için gerekli birçok teçhizatın yükünü taşıyor ya da kamerasıyla koluna kan gitmiyor ama kayıttan çıkmıyor. Sunucular maddi olarak yaptıkların işlerin karşılığını alamazlar da profesyonelce davranarak azim ve gayretle yayınlarına devam ediyorlar. Yaşamış olduğum bir örneği vermek istiyorum. Canlı yayında programın içeriği gereği stüdyoda var olan mutfak bölümünde tüp patlamıştı ama burada yayına devam ettim. Yani biz bulunduğumuz sahayı terk etmeyiz. Haberciler de aynı şekilde bütün bu saydığım imkânsızlıklara rağmen olay yerini terk etmezler.” (A.Ş, 45, TV program sunucusu)

Konya’da bulunan yerel televizyonlarda çalışanlar bu iş alanında yaşanan en önemli sorunun çoğunlukla maddi yetersizlikler olduğunu belirtmektedirler. Çalışanlar kendilerine yeterince değer verilmediğini, emeklerinin karşılığını alamadıklarını belirtmişlerdir. Mesleği icra eden kişilerden bazıları da maddi imkânların yanında gelir kaynaklarının kullanımını planlama konusunda yetersiz kalan ve uzak görüş sahibi olmayan yöneticilerin varlığını da maddi sorunlar içerisinde değerlendirmektedirler. Maddi yetersizlikler nedeni ile yayıncılıktaki ve teknik alt yapıdaki teknolojik gelişmelerin takip edilmediği ya da çok geriden takip edildiği belirtilmektedir.

“Yerel televizyon çalışanları, amatör imkânlarla profesyonel iş yapmaya çalışan insanlardır. Yerel medya çalışanları hani tekedan süt çıkartma babında iş yapar. Zordur işleri alet edevat imkân kıttır. Dolayısıyla kendilerinden bir şeyler vermek zorundalar. Özlerinden bir şeyler vermek zorundalar. Kendi zamanlarından kendi imkânlarından feragat etmek mecburiyetindedirler. Ben öyle gazeteciler bilirim ki yani kendi cebinden de vererek bu mesleği icra eder. Yerel Türkiye’de yerel gazeteci olmak, yerel basın mensubu olmak zordur, zora talip olmaktır. İmkânsızlıklar içerisinde imkân üretmektir. Yerel gazetecilik yerel televizyonculuk işleri zordur ama bu zorluğu da çok zevkle yaparlar. Ben bugüne kadar 30 yılı aşkın sürede bu tarafa

yerel medyanın içerisindeyim. Ben böyle gördüm. Yani işlerini zorlanarak yapsalar bile nefret ederek değil severek yaparlar. ”(N. B, 54, TV genel koordinatörü)

Yerel televizyon çalışanları yaptıkları işin maddi karşılığını alamadıklarını ifade etmişlerdir. Ama bunun yanında mesleğe olan ilgi ve sevgilerini kaybetmeden işlerine devam ettiklerini belirtmektedirler. Yerel televizyonlarda çalışan sunucular, bu alanda harcanan emeğin ulusal televizyonlarda sunuculuk yapanlara nazaran çok daha fazla olduğu ve bu duruma rağmen yaptıkları işin maddi karşılığının kıyaslanamayacak kadar az olduğunu belirtmektedirler. Yerel televizyonlarda ekran önünde olan sunucuların, güncel stüdyo ya da aktüel dış çekimler gerektiren programların üretilmesi noktasında, programın yapıcılığını da üstlendikleri görülmektedir. Çoğunlukla ulaşım destekleyicisinin sağlanmasının, çekim dış mekânda yapılacaksa fiziki şartların oluşturulmasının, eğer şehir dışı veya yurt dışı program çekimi planlanmışsa konaklama destekleyicisinin sağlanması ile ilgili girişimlerde bulunulmasının da program sunucunu tarafından gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Programcılar aynı zamanda içeriğin üretilmesi ile ilgili hangi konuda desteğe ihtiyaçları varsa bunu sağlayabilmek için konunun muhataplarıyla bizzat görüştiklerini ve destek istediklerini belirtmişlerdir. Program içi ürün yerleştirme tarzı tanıtım karşılığında firma ya da kurumlardan sunucu tarafından destek istendiği ifade edilmiştir. Bu durumun, çalışanın kurumundan maddi kaynak sağlayamadığı için içeriğin üretilmesi noktasında mecbur bırakıldığı, sunucunun ve kurumun saygınlığı açısından olumsuz bir durum oluşturduğu gözlemlenmiştir.

“Televizyon yayınlarının işleyişi açısından en önemli sorunu yerelde insan kaynakları genelde ise sosyal medyanın varlığıdır. Dijital dünya TV yayıncılığını tehdit etmekte, süreci başka mecralara doğru sürüklemektedir. O bakımdan bu gelişmelere göre zemin hazırlanmalı ve hızla yapılanmalar gözden geçirilmelidir. ”(Y. T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Yerel televizyonların insan kaynakları, işleyiş açısından önemli sorunlardan birisi olarak gözlemlenmiştir. Meslek alanında yaşanan maddi sorunlar nedeniyle, bu alanda çalışmaya istekli ve mesleki becerisi yüksek olan kişiler mesleklerini icra etmek için genellikle yerel televizyonları tercih etmedikleri ifade edilmektedir.

Hâlihazırda çalışanlar ise emeklerinin karşılığını alamadıkları için mesleki beklentiler konusunda doyum sağlayamadıklarını belirtmektedirler. İnsan kaynakları ile ilgili sorunun yayıncılık faaliyetlerinin zaman zaman aksamasına sebep olduğu ve kaliteli içeriklerin oluşturulmasının önünde bir engel teşkil ettiği görülmektedir. İnsan kaynaklarındaki yetersizlikten dolayı yerel televizyonların izleyici kitlesinin gün geçtikçe azaldığı gözlemlenmiştir. Çalışanlar, izleyicilerin genellikle yaşadıkları bölgenin yayıncı kuruluşu olmasından dolayı yerel televizyonları sahiplenip yayınlarını takip ettiklerini ifade etmektedir.

Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanları ile yapılan görüşmelerde, karasal yayıncılıktan uydu yayıncılığına geçiş sürecinin maddi açıdan birçok zorluğu beraberinde getirdiği ifade edilmiştir. Karasal yayın ile uydu yayınının bir müddet ortak olarak devam ettiğini daha sonra uydu yayımına geçişi sağlayamayan birçok yerel televizyonun kapatıldığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışanlar tarafından dile getirilen önemli bir diğer sorun ise maddi açıdan zor şartlarda çalışmalarını sürdüren yerel televizyonların bir de -döviz kuru nedeniyle sürekli artış gösteren-yüksek meblağlarda uydu kirası ödemesidir. Yerel TV kuruluşlarının ödediği uydu kiralarının, yaygın medya kuruluşlarının ödediği uydu kiralarına yakın maliyette oluşu-mali gelirlerin denk olmaması sebebiyle-haksız bir rekabet ortamı oluşturduğu görülmektedir. Yüksek uydu maliyetleri neticesinde birçok yerel medya kuruluşu kapandığı ve faaliyetlerine devam eden yerel medya kuruluşlarının da ekonomik olarak küçülmeye gitmek zorunda kaldığı görülmektedir. Uzun yıllar boyunca zor şartlarda mesleklerini devam ettirdiklerini belirten yerel televizyon çalışanları bu durumdan doğrudan etkilendiklerini ifade etmektedirler.

“Yerel medya Anadolu’nun kalbidir. Bu kalp söküldüğü zaman Anadolu insanı rahat nefes alamaz. Yaygın basın kuruluşlarına yurdun dört bir yanından, ülkenin en ücra köşelerinden aktarılan sorunlar çoğu zaman dikkate alınmamaktadır. Dolayısıyla sesini ulaştırmak isteyen, bölgesel sorunlarını dile getirmek isteyen insanların yanında hep yerel medya ve yerel TV’ler vardır. Ama ne yazık ki bugün yaşadığı ekonomik çıkmazlar nedeniyle sesini duyurmaya çalışan yerel medya olmuştur. Biz de sesimizi güçlü bir şekilde duyurmak için Anadolu

Yayıncılar Derneğini kurduk.” (S. B, 52, TV program sunucusu, Anadolu Yayıncılar Derneği Başkanı)

Yerel TV kuruluşlarının yaşamış oldukları maddi sorunlara çözüm bulabilmeleri için, yerel medya temsilcilerinin ortak kararı ile 2014 yılında Anadolu Yayıncılar Derneği'nin kurulduğu görülmüştür. Buradaki amacın Anadolu Medyasının haklarını korumak ve maddi zorluklar içerisinde olan sektörün sorunlarının çözümünde ortak bir ses oluşturmak olduğu ifade edilmiştir. Anadolu Yayıncılar Derneği yetkilileri ve Türkiye Gazeteciler Federasyonu yetkilileri tarafından yerel medyanın yaşadığı sorunlar ile ilgili devletin yönetiminde bulunan ilgili birimlere raporlar sunulduğu görülmektedir. TBMM Dijital Mecralar Komisyonunda gerçekleşen toplantıda Türkiye Gazeteciler Konfederasyonu Genel Başkanı Mehmet Nuri Kolaylı'nın “Türkiye'de Gazeteciliğin Dijital Dönüşümü ve Sorunları” başlığıyla bir sunum gerçekleştirdiği görülmüştür.

Türkiye Gazeteciler Konfederasyonu Genel Başkanı Mehmet Nuri Kolaylı'nın burada gerçekleştirdiği sunumun sonunda kısa ve uzun vadeli çözüm önerilerinden de bahsettiği ifade edilmiştir. Önerilerin arasında medya sektöründe faaliyet gösteren gazete, televizyon, radyo ve kurumsal internet haber siteleri için kamu bankalarının kredi sağlanması gerektiği belirtilmiştir. Yerel medya kuruluşlarına, banka sicil durumuna bakılmaksızın faizsiz kredi verilmesi gerektiği bildirilmiştir. Gazete, televizyon, radyo ve kurumsal internet haber sitelerinde görev yapan basın çalışanlarına ve diğer basın kartı sahibi gazetecilere faizsiz kredi verilmesi ve dijital medya dâhil tüm yerel basın kuruluşları belediyeler ve kamu kurumları tarafından ilan ve reklamlarla desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir (www.anadoluyayincilarderneği.com, erişim tarihi 20.11.2023).

Yerel TV çalışanları, kurumlarında yaşanan maddi sorunları dolaylı yünden etkileyen önemli faktörlerden birisinin de dijital yayıncılık olduğunu belirtmektedirler. Dijital yayıncılığın ulaştığı kitle açısından ve etkileşim açısından oldukça önemli bir boyuta gelmiş olmasının TV reklam gelirlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Maddi olarak ana kaynağı reklam ve yayın gelirleri olan yerel televizyonların, reklam ihtiyacı olan firma ve kurumların ikinci tercihi olmaya

başlandığının görüldüğü ve bu durumun yayıncılık faaliyetlerinde alternatif bir mecranın doğması sebebiyle gelirlerinin düşmesine sebep olduğu ifade edilmiştir.

3.7.2. Mesleki Açıdan Sınırlayan Gerekçeler

Konya’da aktif yayın hayatını sürdüren yerel televizyon çalışanları, işleyiş açısından kendilerini sınırlayan bazı gerekçeler olduğunu ifade etmişlerdir. Maddi imkânların yetersizliği ile bağlantılı olarak alınan yanıtlar benzerlik gösterse de genel kanaatin dışında olan sorunların olduğu da görülmektedir. Çalışanlar, işleyiş ile ilgili sınırlılıklardan bir tanesinin içerik üretmek ve yayınlanan programların devamlılığını sağlamak olduğunu ifade etmektedir. Yayın içeriklerinin zenginleştirilmesi ve devamlılığı için yeterince maddi kaynak ayrılmadığını belirtmişlerdir. Sınırlı bir alanda yayıncılık faaliyetlerinin sürdürülmeye çalışılmasının programların ve özellikle canlı yayınların içerik açısından zenginliği etkilediği gözlemlenmiştir. İzleyicileri bilgilendirme maksadıyla ya da eğlence içerikli programların yapılmasında alanında uzman konukların davet edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Yayın yapılan şehir ya da bölgede zaman zaman alanında uzman konukların bulunmasında zorluklar yaşandığı ifade edilmektedir. Genellikle aynı ekran yüzlerinin programlarda sıkça yer alması sebebiyle izleyici tepkileri ile karşılaşıldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda televizyon programcıları ülke çapında toplumsal tanınırlığı yüksek düzeyde olan konuklar ile programlarını izlenir hale getirmek istediklerini ifade etmektedirler. Fakat konukların davet edilebilmesi için gerekli olan ulaşım, konaklama ve diğer maddi taleplerin karşılanmadığı belirtilmiştir.

“Çalışmalarımızı sınırlayan en önemli gerekçe maddiyat ve ulaşım’dır. Yerel televizyonlarda çalışmalar için aktarılan kaynaklar çok az, kısıtlı. Kaynak daha çok olsa yerelle ulusal arasında kalite açısından hiç bir fark olmaz diye düşünüyorum. Ulusal TV’lerden daha iyi programlar çıktığı dönemler oldu çalıştığım kurumda. Ben işte hakeza yaptığım programlarda yani bizden kaynaklanmıyor. Yapılmıyor dense de yönetici baskısı var üzerimizde, her iş yerinde olduğu gibi burada da var. Yani bir yöneticiyle çalışan arasında dağlar var. Kopukluklar var bak bunlar çok önemli ki biz bunları yaşadık. Yani ya adam sendecilik var, adam kayırma var ve maalesef

bunları yaşıyoruz. Yapılan işin kalifiyesine bakılmalı ama bakılmıyor. ”(A.Ş, 45, TV program sunucusu)

“Yerel televizyonlar genellikle İstanbul ve Ankara medyasına kıyasla daha sınırlı bütçe ve kaynaklara sahip. Bu durum özellikle teknolojik yeniliklere erişimi kısıtlıyor. Daha küçük izleyici kitlesine hitap ediyor olma TV çalışanlarının tanınırlık ve daha iyi projelerde yer alma şansını da sınırlıyor. Ayrıca rekabetin daha az olması daha fazla çaba sarf etmenin önünde büyük bir engel. Tüm bunlar kariyer gelişimini etkilese de bireyin yeteneği, deneyimi ve çabası bu sınırlamaların üstesinden gelmede önemli bir rol oynuyor.”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

“En başta ekonomik nedenler var. Emek ve insan çok değersiz. Yaptığımız projeler çoğu zaman ya maddi sebeplerle ya da işi bilmeyen yöneticilerin tutumları nedeniyle gerçekleşmiyor. Bu durum da çalışanların içerik üretimi ile ilgili yaşadığı süreci yıkıcı bir şekilde etkiliyor. Teknik olarak da oldukça geri bir noktada var olma mücadelesi verildiğini belirtmek istiyorum.”(H.B, 46, TV program sunucusu)

Yerel Televizyonlarda içerik üreten, program yapımcılığı ve sunuculuğunu üstlenen ve yayın saatinin büyük bir kısmında yoğun emek harcayan çalışanlar planladıkları işleri yapamadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda işin işleyişini etkileyen en önemli gerekçe maddi sorunlar gibi görünse de, yerelde hatalı bir yayıncılık anlayışın da bir başka sorun olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Bir programın izleyici nazarından ilgi görüp görmeyeceği konusunda yeterince deneyim sahibi olan program sunucuları, yayıncılığın özünü yeterince kavrayamamış, niteliksiz ve uzak görüş sahibi olmayan yöneticilerin kararları ile karşı karşıya kaldıklarını ifade etmektedirler. Bu yönetsel sorunların en önemli sebebinin ise; yönetici belirlenirken adam kayırmacı bir tutum sergilenmesi ve işin profesyonellerce yapılmasının engellenmesi olarak belirtilmektedir. Çalışanlar, yöneticilerin çoğu zaman bir programcıdan sırf yayın akışında boşluk oluşmasını diye haftalık yayın periyodunda 2 ya da 3 program yapmasını istediklerini belirtmişlerdir. Program yapımcı ve sunucuları, yoğun olarak ekranda yer olmaktan dolayı yüzlerinin eskimesinden rahatsızlık duyduklarını ayrıca iş üretme bakımından kendilerinde bir bezginlik oluştuğunu ifade etmektedirler. Aynı iş kolunda ve aynı şehirde yer alan

yerel televizyonlar arasında bir iletişim ve işbirliği kopukluğunun olduğu ve bu durumun yayıncılık ile ilgili işleyişi etkilediği belirtilmektedir. Çalışanlar, iş ortamlarındaki rekabet yetersizliğinin orijinal fikirlerin ortaya çıkmasını ve etkili içeriklerin oluşturulmasını olumsuz olarak etkilediğini ifade etmektedirler.

“Yerel TV çalışanları, öncelikle yerel televizyonların odaklandığı maddi sıkıntılardan dolayı doğru bir bakış açısı doğru bir duruş ve geniş görüşlülük kazanamamışlardır. Dolayısıyla iş için gerekli olan donanımların yetersizliği de üretilen projeleri sınırlandırmıştır. Ayrıca yerel televizyon çalışanlarını mesleki açıdan sınırlayan gerekçeler şunlardır: Mali sorunlar, teknik yetersizlikler, mesleki güvencesizlik, basın özgürlüğünün kısıtlanması.” (M.E, 32, TV program sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanlarını sınırlayan gerekçeler maddi zorluklar ve emeğin karşılığının alınmamasıdır. Ayrıca teknik alt yapı, donanım desteğinin verilmemesi de işimizi yapmamızı zorlaştıran diğer gerekçelerdir. Medya sektöründe olmayan kişilerin televizyon kurumlarında yönetici olması sebebiyle ortaya çıkan işleyiş ile ilgili kargaşayı da bu sorunların arasında görebiliriz. Bu tür yöneticiler tarafından, televizyonun sanayi üretim firması gibi görülmesi, çalışanlara yaklaşımdan tutun da işleyişe kadar sürekli fabrika mantığı güdülmesi bizleri rahatsız etmektedir. Mesela kurgu-montaj yapan çalışanın, asıl işi farklı meslek olan yönetici tarafından görülüp, “bu kişi niye hep oturuyor niye çalışmıyor?” eleştirisine maruz kalması. O yönetici, bu çalışanın sürekli olarak oturmasından rahatsız mesela. Bu tür kargaşa ortamları da çalışanları meslekten uzaklaştırıyor.” (R.Z, 39, TV sunucusu)

“Çalışanların içerik üretme noktasında yaşadığı sınırlılıkların en başında teknik imkânlar geliyor. Önlerinde çok örnek alabilecekleri bu işi profesyonel yapan insanlar olmadığından dolayı mesleği biraz kendi kendilerine öğrenirler. Doğaçlama öğrenirler, öyle bir sıkıntıları vardır.” (N.B, 54, TV genel koordinatörü)

Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanlarının yeterli ve kurumsal çalışma ortamlarını bulamadıkları, genel olarak mesleki gelişim açısından da yetersiz kaldıkları gözlemlenmiştir. Çalışanlar, yerel TV yöneticilerinin işe alım ölçütlerinde

titizlik göstermediklerini belirtmektedirler. Kurumun mevcut ekonomik şartlarında çalışmayı kabul eden kişilerin niteliklerinin sorgulanmadığı görülmektedir. Çalışanlara yaptıkları iş alanı ile ilgili gelişimlerini destekleyecek ortamlar sağlanmadığı gözlemlenmiştir. Haber ve program sunucuları için diksiyon ve beden dili eğitimi gibi olmazsa olmaz hizmet içi eğitimler, teknik kadrolar için de beceri geliştirici eğitimler verilmediği görülmektedir. Yöneticilerin genellikle yayıncılık alanında uzman kişilerden oluşmadığı belirtilmiş ve kurumlarda çalışanlardan beklenen mesleki ölçütün, bir alanda uzmanlaşmaları değil farklı iş alanlarında gereğinden fazla iş üretmelerinin istendiği ifade edilmiştir. Bazı durumlarda yöneticilerin, TV program yapımcı ve sunucularından kuruma ekonomik getiri sağlamalarını bekledikleri görülmektedir. Yöneticilerin, programcıların asli işlerinin dışına olan reklam işlerine girmelerini, ekran tanınırlığı sayesinde oluşan sosyal çevrelerinden programları için destekleyici kurum, firma ya da program içi tanıtıcı reklam bulmalarını istedikleri gözlemlenmektedir. Yerel TV program yapımcı ve sunucuları, dar bir sosyal çevrede yayın hayatlarını sürdürdüklerini belirtmişlerdir. Şahsi olarak tanıştıkları kurum veya firma yetkililerinden programları için yeterli desteği alamadıklarında ya da kendilerini rencide edecek bir yanıt aldıklarında psikolojik olarak etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Yerel TV çalışanları, işleyiş ile ilgili kendilerini sınırlayan en önemli gerekçelerden birisini de çalışma yoğunluğu olarak belirtmektedirler. Maddi açıdan yeterli imkânlar sağlanmadığı için kurumdaki iş alanlarına göre istirahat etmeleri gereken zaman dilimlerinde ek işler yapmak zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir. Kameraman olarak çalışanların ek iş arayışı içerisine girerek farklı resmi veya özel kurumlarda kamera çekimleri yaptıkları gözlemlenmiştir. TV kurgu-montaj biriminde çalışanların ise bağlı oldukları kurum işlerinin dışında ek iş olarak fotoğraf ve video montaj işleri yaptıkları görülmektedir. Çalıştıkları kurumda haber ve program sunan TV sunucuları, çalıştıkları kurumdan maddi açıdan tatmin edici bir ücret alamadıkları için kurumsal işlerinin dışında farklı etkinlik ve organizasyonlarda sahne sunuculuğu, seslendirme gibi ek işler yapmak zorunda kaldıklarını ifade etmektedirler. Yerel TV çalışanlarının, yoğun çalışma tempolarının sosyal hayatlarını

olumsuz yönde etkilediği, istirahat etmeleri gereken zaman dilimlerini çalışarak geçirdikleri için ve kurumlarındaki iş verimliliklerinin düştüğü görülmektedir.

Yerel TV çalışanları, yaygın TV'lerde çalışanların yayın akışları hazırlanırken yerelde çalışanlar gibi yalnızca mevcut olanakları göz önüne almak zorundan olmadıklarını ifade etmişlerdir. Çalışanlar, yaygın TV'lerin daha çok mali imkâna sahip oldukları, reyting kaygısı taşıdıkları, bu sebeple yapılacak olan çalışmaları titizlikle yürüttüklerini belirtmektedirler. Yerel televizyonlarda yayın dönemleri öncesi hazırlıklar yapılırken gerek haber programları gerekse güncel ve aktüel programların içerikleri planlanırken maddi sınırlılıkların belirleyici olduğu gözlemlenmiştir. Yaygın basın kuruluşu olarak çalışmalarını sürdüren TV programlarının çekimleri planlanırken her bir program için sunucunun dışında, ses ve ışık operatörü, ulaşım sorumlusu, yeterli teknik donanıma sahip kaliteli cihazlar, en az iki kameraman ve bütün bu çalışanları yönlendirecek alanında uzman bir yönetmenden oluşan ekibin çalıştığı ifade edilmektedir. Yerel televizyonlarda birçok programın hem yapımının hem de sunumunun çoğunlukla sunucuya ait olduğu görülmektedir. Yerel TV program yapımcı ve sunucuları özellikle dış çekim gerektiren programlara çoğunlukla tek kameraman ile hatta kameramanın olmadığı durumlarda çekimlerin de kendileri tarafından yapıldığını ifade etmişlerdir. Bunun yanında program veya haber çekimlerine yeterli araç imkânı bulunmayan kurumlarda sunucuya ait bir araç varsa onunla gidildiği gözlemlenmiştir. Ayrıca program yapımcı ve sunucuları, şahsi araçları ile çekime gitmeyi kabul ettikleri halde yöneticiler tarafından, aracın yakıt masrafı için destekleyici bulunması istediklerini belirtmişlerdir. Çalışanlar, yerel televizyonlarda başarı göstermiş olan programların tamamen programın yapımcı ve sunucusunun üst düzey gayreti ve azmi ile mümkün olabildiğini ifade etmektedirler.

“Yerel televizyon çalışanları bulunduğu şehrin siyasi ve ekonomik dengelerini göz önünde bulundurmamak zorunda kalmakta. Çalışanlar bu yüzden mesleklerini yeterince açık ve doyurucu bir şekilde yerine getirememektedir. Yerel dinamikler sınırları belirleyen çizgilerdir.” (Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

“Çalışanları sınırlandıran en önemli unsur bence siyaset. Yani yaşanan şehrin siyasi ve sosyal baskısı. Program sunumu sırasında yayın yapılan şehirde yaşayan insanların ya da izleyici kitlesinin dünya görüşüne ters gelen bir cümle kurulduğunda tepkiler yaygın basın kuruluşlarına nazaran daha şiddetli olabilmekte. Çünkü yerel TV’lerde çalışan insanlar hep halkın içinde ve ulaşılması daha kolaydır. Ya da yayın yaptığın şehirde izleyicilerin, halkın size ulaştırdığı ve yayında söz konusu etmenizi beklediği yerel yönetimden kaynaklı bir sorun varsa dile getiremezsin. Çünkü dile getirdiğinde bilirsin ki çalıştığın kuruma bir baskı oluşturulacak ve buna sebebiyet verdiğimiz için de doğal olarak biz baskı altında kalacağız belki de işimizden olacağız.”(S.K, 41, TV sunucusu)

Konya’da bulunan yerel televizyonların çalışanları, mesleklerini icra ederken kendilerini sınırlayan önemli gerekçelerden birisini de yayın kuruluşunun bulunduğu şehirdeki egemen siyasi görüş ve toplumsal kanaatin gerektirdiği tutumlar olarak belirtmişlerdir. Yayın kuruluşunun yönetiminde bulunan kişilerin siyasi görüşü ve beklentileri ile yerel yöneticilerin yayın kuruluşlarından beklentileri örtüşüyorsa çalışanların bu duruma tabi olmak zorunda kaldığı görülmekte. Şehrin yerel yöneticilerinin, Yerel TV kuruluşlarını çoğu zaman kurumlarının faaliyetlerini aktardıkları bir reklam aracı olarak gördüğü ve bu kuruluşlardan hangileri kendilerine yeterince destek sağlıyorsa o kuruma daha çok destek oldukları gözlemlenmiştir. Çalışanlar, basın-yayın kuruluşlarının temel ilkesi olan ‘tarafsızlık’ ilkesinin göz ardı edildiğini, halkın yerel yönetimlerden kaynaklı sorunlarının yayıncı kuruluş tarafından görmezden gelindiğini ifade etmektedirler. Yerel TV çalışanları medyanın tarafsızlığının tartışıldığı günümüzde her bir medya kuruluşunun bir taraf olduğunun artık toplum tarafından da bilinen bir gerçek haline dönüştüğünü belirtmektedirler. Maddi sorunlar yaşayan yerel televizyonlar, yerel yönetimlerin desteğine ihtiyaç duydukları için – yerel yöneticiler ile dünya görüşleri örtüşmese de- halkın gerçek sorunlarını çoğu zaman ekranlara taşımadığı görülmektedir. Yayıncı kuruluş, bir yerel yönetici ile herhangi bir sebep yüzünden fikri olarak çatışmaya düştüğünde ilgili resmi kurumun faaliyetlerinin tanıtımına yer vermedikleri gözlemlenmiştir. Bu noktada yerel televizyon çalışanları program içeriklerini oluştururken bu durumdan etkilendiklerini ve yayıncılık adına doğru

olarak bildiklerini ifade edemediklerini belirtmektedirler. Çalışanlar, şehri ya da bölgeyi ilgilendiren önemli bir haberi oluştururken ya da program içeriği oluştururken bütün bu siyasi ve sosyal dengeleri göz önünde bulundurmamak zorunda kalarak çalışmalarına sınırlar getirmek zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir.

3.7.3. Basın Hak ve Özgürlükleri

Ülkemizde yayın yapan yaygın ya da yerel basın çalışanlarının, çoğunlukla gazetecilik meslek tanımında geçen çalışma imkân ve koşullarında çalıştırılmadıkları görülmektedir. 212 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun” çerçevesinde medya basın kuruluşu niteliğinde kurumlarda iş yapanların fikir işçisi konumunda istihdam edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Kanun ile belirtilen haklardan doğan çalışma şartları medya işletmelerince ağır bulunması nedeniyle uygulamadıkları gözlemlenmiştir. Medya çalışanlarının büyük bir çoğunluğu 4857 sayılı “İş Kanunu” çerçevesinde çalışmaktadır. Gazeteciler toplumun fikir işçileri olmasına rağmen bahsi geçen kanun gereği iş güvencesinden yoksun bir vaziyette çalıştıkları görülmektedir. Gazetecilere sağlanmaya çalışılan hakların, bir iş güvencesi ile sabitlenmedikçe uygulamadan yoksun olacağı belirtilmektedir. Gazetecilik mesleği tanımında geçen bağımsızlık kanuni bir güvenceye alınmadıkça yaygın veya yerel basın kuruluşlarında bu mesleği icra eden medya mensuplarının, hem çalıştıkları medya kuruluşlarının ideolojileri ekseninde hem de egemen ekonomik ve siyasi güç karşısında mesleğin gereklerini yerine getiremeyecekleri ifade edilmektedir. Gazetecilik sıfatını kazanmanın ve medya alanında istihdam edilmenin medya kuruluşlarının önceliğine bağlı kaldığı belirtilmiştir. Bu durumun medya çalışanlarının doğruları ifade etmesinin, toplum yararına özgürce fikrini beyan etmesinin önündeki en önemli engel olduğu görülmektedir(Şakar, 2002’den aktaran Özermiş, 2016: 86).

Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanları, yaygın TV kuruluşlarına göre daha ağır şartlar taşıyan iş ortamlarında ve yoğun bir iş yükü ile çalıştırılmakta olduklarını ifade etmektedirler. Basın haklarından yararlanmak istediklerini belirttiklerinde genel olarak iş akdinin sonlandırılması tehdidi ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Yerel TV yönetimi tarafından, çalışanların bir kısmına

“Cumhurbaşkanlığı İletişim Dairesi” tarafından 212 sayılı kanunun sağladığı hakları ve ayrıcalıkları içeren basın kartı, ilgili kurumlar aracılığı ile tahsis edilirken tüm çalışanlara bu imkânın tanınmadığı görülmektedir. Kurum içerisinde basın kartı verilmesi hususunda çalışanlar, yeterli şartları sağlasa da yöneticilerin çalışanlar arasında belirleyeceği önceliğin dikkate alındığı ifade edilmektedir. Basın kartı sahibi olarak çalışanlar da bu kartın sağladığı ayrıcalıklardan yoksun biçimde çalışmalarını sürdürdüklerini belirtmektedirler. Çalışanlar emeklilik veya iş akdi feshi durumlarında da basın sigortası şartlarının gereği olan haklardan istifade edemediklerini ifade etmişlerdir.

“Eskiden basın mensubu olduğumuz için bize tanınan haklardan daha çok istifade edilebiliyorduk. Yerel yöneticiler basın çalışanlarına, mevcut haklarının yanında kolaylık sağlayacak bazı ayrıcalıklar sağlıyorlardı. Kurumun öncelikleri ve yerel yönetimler ile olan ilişkileri doğrultusunda bir nebze daha iyiydi. Ama günümüzde artık basın çalışanlarına tanınan haklar daha kısıtlı bir hale getirildiği için olumsuz bir tablo çıkıyor karşımıza.” (E.S.A, 42, TV program sunucusu)

“Yerel TV çalışanları genellikle basın hak ve özgürlüklerinden faydalanabiliyor. Fakat bazı durumlarda yerel koşullar, yasal düzenlemeler veya baskılar bu hakların sınırlandırılmasına neden olabiliyor.” (C.U, 38, TV haber sunucusu)

“Ben yaklaşık 45 yıldır bu mesleği yapıyorum. Mesleğe başladığım ilk zamanlar, 10 yıl kadar bu mesleğin sağladığı ayrıcalıklardan faydalanabildim. Mesela uçak biletini indirimli şekilde alıyorduk, bunun dışında basın çalışanlarına özel indirimli olan başka şeyler de vardı. Mesela otopark ücreti vermiyorduk ama şimdi o imkânların birçoğu sağlanmıyor. Yani şöyle söyleyeyim, 212 basın sigortası vardı. O basın sigortasını almak için bana gelen birçok iş tekliflerini reddettim basın mensubu alacağım diye ama şimdi normal bir vatandaş ile aynı haklardan yararlanabiliyorum, çünkü basın sigortası bize mesleki olarak daha çok haklar tanıdığı için çalıştığım kurum bu sigorta kolunda çalışmamı istemiyor.” (A.Y, 61, TV reji sorumlusu)

“Bu sorunun cevabını sorunun içinde geçen başka bir soruyla vermem gerekiyor; basın hak ve özgürlüğü var mı? Hak ve özgürlükten anlamamız gereken nedir? Bunu sen biliyorsun da haber yapmak için gittiğin ortamda, haberin oluşumuna sebep olan kişiler biliyor mu? Vele ki biliyor, peki uyguluyor ya da sana bunun özgürlüğünü veriyor mu? Ulusal basında çalışan biriyseniz, halkın tepkisi daha cılız kalıyor. Ama yerel basın çalışanı bu tepkileri daha şiddetli hissedebiliyor.”(K.A, 48, TV haber programı sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanları, basın hak ve özgürlüklerinden kısmen istifade edebilmektedirler. Çalışanların çoğunluğunun bu haklardan haberdar olduklarını bile düşünmüyorum. Haberdar olanlar da çalıştıkları kurumların bu konudaki tutumları nedeniyle bir hak arayışı işine girememektedirler. Çalışanlar, genellikle iktidardaki siyasi gücün veya yerel yönetimlerin siyasi güçlerinin baskısı ve toplumsal baskıyla karşı karşıya kalmaktadır.” (M.E, 32, TV program sunucusu)

“Basın çalışanları yerel televizyonlarda hak ve özgürlüklerden yeterince istifade edememektedirler. Başta sigortalar olmak üzere, basın sigortaları özlük haklarından çoğu zaman yoksun çalışırlar. Çünkü maalesef yerel medya kuruluşları ekonomik imkânları ölçüsünde kendi yeterliliğini sağlayacak düzeyde değildir. Bu açıdan da çalışanlar fedakârlık gösterirler. Maaştan fedakârlık gösteriler, zamandan fedakârlık gösteriler. Yani çok çalışırlar hiç maaş almazlar, çok çalışırlar az maaş alırlar ve çoğu zaman basın sigorta haklarından istifade edemezler.”(N.B, 54, TV genel koordinatörü)

“Her yerel TV çalışanının haklarından istifade ettiği söylenemez. Başta özlük hakları olmak üzere bir takım sorunlar söz konusudur. Basın çalışanları sosyal güvenlik sistemine dâhil edilmez ya da bu sisteme geç dâhil edilen çalışanlar vardır.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

212 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun” gereği elde edilmiş olan hakların tam ve eksiksiz bir şekilde kullanılmaması işin ana yürütücüsü olan çalışanlarda mesleki anlamda isteksizliğine sebep olduğu görülmektedir. Özel TV yayıncılığının başladığı

ve yaygınlaştığı 1990'lı yıllarından itibaren kurulmaya başlanan yerel televizyonlarda, iş yeri sigorta denetimlerinin daha sıkı yapılmaya başlandığı yakın bir zamana kadar birçok sigortasız işçi çalıştırıldığı ifade edilmektedir. Çalışanlar, mesleğe başladıkları ilk yıllarda sigorta haklarından istifade etmek istediklerinde yöneticiler tarafından işten uzaklaştırılma tehdidi ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Konya'da yayın yapan yerel televizyonlarda yakın bir zamana kadar, işe yeni başlayanlar çalışanlara tanınan 'deneme süresi' adı altında belirli bir süre (bu süre çoğu zaman 1 yıla kadar sürmektedir) sigortasız işçi çalıştırmanın bir gelenek haline geldiği ifade edilmektedir. Günümüzde de bu uygulamanın zaman zaman devam ettiğini görülmüyor.

Yukarıda belirtilen kanundan doğan haklardan tam anlamıyla istifade edemeyen özellikle de basın sigortalı olarak çalıştırılmayan yerel televizyon çalışanları, yıpranma payı ile elde edecekleri erken emeklilik hakkından da mahrum edildiklerini belirtmektedirler. Resmi Gazete 'de 27.09.2008 yılında 27010 sayısı ile yayımlanan "Fiili Hizmet Süresi Zammı ve Uygulamasının usul ve esasları hakkındaki yönetmeliğin (Ek: RG-10.1.2014-28878) (Değişik: RG-11.6.2021-31508) basın ve gazetecilik mesleğinde 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesine göre, basın kartı sahibi olmak suretiyle fiilen çalışanlara çalıştıkları her bir yıla 90 günlük prim hakkı tanınmaktadır. Bu haklardan tam ve eksiksiz bir biçimde yararlandırılmayan yerel televizyon çalışanları, erken emeklilik haklarından istifade edemediklerini belirtmektedirler.

Yerel TV'lerde basın sigortalı olarak çalışanlar, yıllık izin haklarını çoğu zaman 212 sayılı "Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun"a göre kullanamadıklarını belirtmektedirler. Bu kanun çerçevesinde düzenlenen yasal mevzuata göre: "Madde 21 – (Değişik: 4.1.1961 - 212/1 md.) Günlük bir mevkutede çalışan bir gazeteciye, en az bir yıl çalışmış olmak şartıyla, yılda dört hafta tam ücretli izin verilir. Gazetecilik mesleğindeki hizmeti on yıldan yukarı olan bir gazeteciye, altı hafta ücretli izin verilir. Gazetecinin kıdemi aynı gazetede hizmetine göre değil, meslekteki hizmet süresine göre hesaplanır. Günlük olmayan mevkutelerde çalışan gazetecilere her altı

aylık çalışma devresi için iki hafta ücretli izin verilir. Yıllık ücretli izinlerin hesabında bu Kanunun 1 inci maddesindeki "Gazeteci" tabirine girenlerin kıdemleri, iş akdinin devam etmiş veya fasilalarla yeniden inikat etmiş olmasına bakılmaksızın, gazetecilik mesleğinde geçirdikleri hizmet süresi nazara alınmak suretiyle tespit edilir. İzin hakkından feragat edilemez." Mevcut durumda emekli olacak kadar hizmet süresi bulunmayan ve iş akdi sonlandırılan basın sigortalı çalışanlara, bu yönetmelikten doğan ve iş yeri tarafından kullandırılmamış olan yıllık izinlerinden doğan ücretin, tazminat ücreti olarak yansıtılmadığı ifade edilmektedir(www.mevzuat.gov.tr, erişim tarihi: 18.12.2023).

Konya'da yayın yapmakta olan yerel televizyonların kurumsal yapılanmalarındaki eksiklikler sebebiyle çalışanların basın özlük haklarından yoksun bir şekilde iş yaşantılarını sürdürdükleri görülmektedir. Yerel TV'lerde çalışanlar, yönetim kurulu üyelerinin ve hak arayışı konusunda suskun kalan idarecilerin tutumlarından olumsuz şekilde etkilendiklerini belirtmektedirler. Çalışanlar, asli işi basın-yayın olan yerel TV kuruluşlarının bir ticarethane mantığı ile idare edildiğini ifade etmektedirler. Yerel TV çalışanları, bir basın mensubu olarak yaşamlarını idame ettirdiklerini -bunun doğal bir sonucu- olan basın haklarından yararlanmaları gerektiğini ama bu haklardan istifade etmelerinin idarecilerin önceliğine kaldığını belirtmişlerdir.

3.8. Meslek İle İlgili Algı

Araştırmanın bu bölümünde Konya'da bulunan yerel televizyon çalışanlarının meslek ile ilgili algısı ele alınmaktadır. Yerel televizyon çalışanlarının TV sektörüne bakış açıları, iş verimliliği ve mesleğin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Bu bölüm 2 ana başlık altında toplanmıştır. Konya'da bulunan yerel televizyon çalışanlarına, meslek ile ilgili algıları ve mesleklerini nasıl icra ettikleri sorulmuştur. Bu sorular eşliğinde katılımcıların görüşleri, duygu ve düşünceleri ele alınarak elde edilen nitel veriler yorumlanmaya çalışılmıştır.

3.8.1. Yerel Televizyon Çalışanlarının Mesleki Algısı

Yerel televizyon çalışanlarının mesleki algıları ile ilgili yanıtlar genel olarak benzerlik göstermektedir. Çalışanlar yaptıkları işin önemini ve olumsuz çalışma şartlarına rağmen işlerini en iyi şekilde yapmaya çalıştıklarını ifade etmektedirler. Yerel TV çalışanları mesleği öğrenme açısından çalıştıkları kurumu bir eğitim alanı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Kendilerini mesleki açıdan geliştirip daha nitelikli işler üretip, mesleki olgunluk ve maddi kazanç elde etmek için bu mesleği seçtiklerini ifade etmektedirler. Yerel TV çalışanları, özellikle ulusal basın(yaygın basın) ile mukayese edilerek aynı nitelikte işler yapıp mesleklerinin başına “Yerel” ifadesi kullanılmasından da oldukça rahatsız olduklarını ifade etmektedirler. Çalışanlar, yerel ifadesi geçtiği zaman sadece bulunduğu bölgeyi ilgilendiren konular ile alakalı içerik ve haber üretimi yapıyorlmuş gibi bir algının oluştuğunu ifade etmişlerdir. Günümüzde uydu ve internet yayıncılığı ile analog yayıncılık döneminden kalma yayın sınırlarının ortadan kalktığı ve televizyon yayınlarının dünyanın her yerinden takip edilebildiği görülmektedir. Yerel televizyonların, ulusal-yaygın TV kuruluşları gibi RTÜK(Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) tarafından belirlenen yayıncılık ilkelerine göre yayın hayatlarını sürdürdükleri ve üretmiş oldukları içeriklerin denetlendiği ifade edilmiştir. Yerel TV’lerin sadece yayın yaptıkları bölgeye değil, ulusal ve uluslararası gündemler ile ilgili içerikler üretmekte ve yayınlar yapmakta oldukları gözlemlenmiştir. Ülke kamuoyunu ilgilendiren konular ile ilgili haber ve programların yapıldığı ifade edilmiş ve bu kurumların olumlu bir toplumsal bilincin oluşmasına hizmet ettiği belirtilmiştir.

Anadolu Yayıncılar Derneği tarafından kurulduğu yıldan itibaren her yıl düzenlenen Anadolu Medya Ödülleri’nin devletin en üst makamını temsil eden Cumhurbaşkanımız tarafından yaygın ve yerel basın çalışanlarına birlikte veriliyor olması yerel TV çalışanlarını isteklendirme adına olumlu bir adımdır. Ve bu organizasyonun yerel medya temsilcilerinin oluşturduğu Anadolu Yayıncılar Derneği tarafından gerçekleştiriliyor olması ‘Yerel’ ifadesi ile algıya güzel bir yanıt niteliğindedir. Çünkü çalışanlar, Anadolu Medyasının bu ülkenin sosyal ve kültürel temellerinden doğan önemli bir medya oluşumu olduğunu belirtmektedirler.

“Mesleğe yerel tabanda bir bakış açısıyla bakmıyorum. ‘Yerel TV’ denince en başından kendini kısıtlamaya gidiyor insan! Maddi anlamda imkânlar kısıtlı olabilir ve bu da yapacağınız projelerde sizi ulusal kanallara göre aşağıya çekebilir, evet. Ama bu imkânsızlık ve maddi sıkıntılar, düşünce olarak küçük kalmanızdan daha büyük sorunlar değil. Yerel kanallarda çalışıyorum diye kendi gücünüzü görmezden gelerseniz asıl başarısızlık bu olur. Ve elbette asıl başarı sizin küçük addedilen bir kanalda kendi yeteneklerinizle büyük işler yapmanızdır.”(K.A, 48, TV haber programı sunucusu)

“Adına ‘yerel’ diye başlanan TV kurumları, ‘ulusal’ diye tanımlanan ve artık günümüzde yayıncılık sınırlarının kalktığını düşünerek ifade etmem gerekirse yaygın(ulusal) basın aslında özüdür. Çünkü biz yerelden yaptığımızı ulusal veririz. Yerelden çıkan haber aslında ulusal gündemi şekillendirir. Ulusal diye baktığımız İstanbul kanalları gibi düşünürsün ama haberini bir izle ya Uşaktan ya Şanlıurfa’dan ya Çorum’dan ya Kastamonu dağındandır haber. Yerel besler yani, yerelin beslemediği hiç bir şey ulusal olamaz. Bizim mesleğe hep ciddi profesyonel ne yaptığını bilen, aklı başında, sorumluluk sahibi olan ve milli ve yerli duruşu olan bir algı ile bakıyoruz.”(A.Ş, 45, TV program sunucusu)

“Tabi şimdi yerel dediğimiz zaman, her ne kadar yaptığımız mesleğin içerik olarak kapsama alanı yerel gibi görünse de aslında her yerel gazeteci veya her yerel basın mensubu aynı zamanda genelin de bir parçasıdır. Öyle olunca en idealist gazeteciler en idealist televizyoncular, en idealist radyocular günümüzde ise artık işte dijital medya dediğimiz en ideal internet habercileri yerelden çıkar. Çünkü bu mesleğe talip olanlar öncelikle yapacakları mesleği en doğru bir şekilde yapmanın gayreti içerisinde olurlar. Bunun için de amatör ruhla çalışırlar, imkânlar da amatördür ama onlar da amatör ruhla çalışırlar. Yani herhangi bir kaprisleri olmadan karşılığında herhangi ciddi bir maaş, ciddi bir beklenti olmadan çalışırlar. Evet, dolayısıyla sadece iş bulmak babından yerel medyada insanlar, gençler çalışmaya başlamazlar. Yani meslekle ilgili hedefleri idealist olmaktır.”(N.B, 54, TV genel koordinatörü)

“Meslekte temel görev gerçekleri nesnel bir şekilde çarpıtmadan aktarmaktır. Aynı zamanda demokratik değerlere ve insan haklarına aykırı yayın yapmamak. Haber, yorum ve görüşler izleyicinin yayının niteliğini anlayabilmesini sağlayacak biçimde açıkça birbirinden ayrılmalıdır. Medyanın etik değerleri diye teorik bir bilgi vardır. Bu ilkelerin en çok kullanılanı da tarafsızlıktır. Fakat işin teorisi ile pratiği birbirine zıttır. Tüm yayın organlarının dayandığı bir grup, bir yapı vardır. Sanıyorum burada önemli olan hakikatin tarafında yer alabilmektir. Bizim meslek ile ilgili algımız yukarıda ifade ettiğimiz temel değerlerdir. ”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

Yerel televizyon çalışanları, çalıştıkları kurumlar ile yaygın TV kuruluşları arasında işleyiş, yayınlar ve üretilen içerikler açısından ciddi farkların olmadığını belirtmektedirler. Özellikle genel yayın formatında yayın yapan yerel TV’lerin; haber, sağlık, yemek, eğlence, yaşam, yarışma, tartışma, eğitim ve kültür içerikli programlar ile geniş bir yelpazede izleyicilere hitap ettikleri görülmektedir. Çalışanlar, yaygın basın kuruluşları ile sadece teknik imkânlar ve maddi olanaklar açısından işleyiş engelleyen sorunlar olduğunu ifade etmekte ve basın mensubu olmanın gerektirdiği mesleki değerlere daha çok bağlı olduklarını, daha özverili çalışmalar yaptıklarını belirtmektedirler. Yerel TV çalışanları, yaygın TV kuruluşlarında bulunan çalışma imkânlarının daha zengin yayın ve içerikler üretilmesine ortam sağladığı ifade etmektedirler. Çalışanlar, bu durumun gerçek bir mesleki başarı ölçütü olmadığını, sınırlı mesleki şartlar ve olanaklara rağmen yerel TV kuruluşlarında da zengin yayın ve içerikler üretildiğini ifade etmişlerdir. Görsel ve işitsel medyanın önemli bir yayın organı olan TV yayıncılığında yerellik ifadesine toplumun bakış açısının da çalışanları olumsuz olarak etkilediği gözlemlenmiştir. Görüşmeler sırasında çalışanlar, özellikle toplumun yerel TV’lere karşı olan algısının da yayın içerik ve kalitesi açısından olumsuz olduğunu belirtmişlerdir. Çoğu zaman yayınlanan program ve haberlere ön yargı ile yaklaşılarak takip edilmediğini ifade etmişlerdir.

“Yerel televizyonculukta en önemli şey izleyiciye olan güven, izleyiciye olan vefa bence. Yani o vefa hiç bir zaman bitmiyor. Bu durum karşılıklı aslında. Ekranda

olanlara, program ve haber sunucularına karşı da izleyiciler tarafından vefa gösterilmesi söz konusu. Yani ulusal yayın yapan TV'lerdeki gibi ulaşılamaz bir insan değiliz. Bu da izleyiciler ile çarşıda, pazarda karşılaşıldığında samimi ve güzel sohbet ortamı oluşmasını sağlıyor. Yerelde bizim mesleğe bakış açımız ve izleyicilerin bakış açısı bu yönde.”(S.K, 41, TV program sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanlarının meslek ile ilgili algısı, genel olarak olumlu. Çünkü yerelde ekranın gücü hala çok yüksek. Bu da toplumda iyi bir statü anlamına geliyor. Çalışanlar, mesleğin topluma faydalı olduğunu ve önemli bir sorumluluk taşıdığını düşünüyor. Ayrıca, işin zorluklarına rağmen mesleğin heyecan verici ve dinamik olması mesleğe tutkuyla bağlanmalarını sağlıyor.”(M.E, 32, TV program sunucusu)

“Yerel televizyonlar çalışanların kendilerini yetiştirebilmeleri ve tecrübe edinebilmeleri adına önemli bir fırsattır. Bu adresler çalışanların sektörü tanıyarak gelecek planlarına katkıda bulunur. Çalışanların meslek ile ilgili algıları şöyledir; yerel TV'leri maddi kazanç sağlanacak bir kurum olarak değil bir üst statüde yayın yapan yaygın basın için basamak olarak görürler. Çoğu zaman da burada sağladıkları ekran tanınırlığı ile geniş sosyal çevre edinme gayesi güderek benzer sektörlerde daha çok para kazanacakları işler kurmaktalar.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

“Yerel televizyonlar kendi aralarında iyilik derecelerine göre değerlendirilip, bu meslekte iyi bir referans ve basamak olarak görülmektedir.”(E.S.A, 42, TV program sunucusu)

Konya'da bulunan yerel TV çalışanları kurumlarının, buldukları şehrin sosyal ve kültürel olarak gelişim ve değişimine katkıda bulunduğunu ve toplumsal yapıda oldukça önemli bir yere sahip olduğunu düşünmektedirler. Çalışanlar, maddi kazancın ikinci planda olduğunu, meslek ile ilgili kendilerini geliştirmenin, iş tecrübesi ve mesleki doyumun daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Yerel TV çalışanları, sosyal ortamlarda izleyici kitlesi ile bir arada olma olasılıklarının daha fazla olduğunu belirtmektedirler. İzleyicilerin takip ettikleri sunucular ile doğrudan

temas sağlayıp sosyal bir ilişki kurabildikleri gözlemlenmiştir. Çalışanlar, bu durumun kendileri açısından çoğu zaman olumlu karşılandığını ve iş yapma isteklerinin arttığını belirtmektedirler. Yerelde bu mesleği icra etmenin, toplum tarafından tanınmanın ve bir yer edinmiş olmanın olumlu bir mesleki algının oluşmasına katkı sağladığı görülmektedir. Medyanın genel olarak kitleler üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, yerel TV'lere insanların kolayca ulaşabilmeleri ve kendilerini ekranda ifade edebilmelerinin önemli bir fırsat olduğu görülmektedir. İnsanların yaşadıkları bölgenin sorunlarını yayın kuruluşlarında görmeleri açısından, eğitim-sağlık gibi alanlardaki gelişmeleri takip etmeleri açısından ve kültürel alanda kendilerine yakın hissedecekleri yayınları takip etme olanağı sağlaması açısından yerel TV'lerin oldukça önemli olduğu ifade edilmektedir.

Yerel medya, demokrasinin gelişmesinde, fikir ve ifade özgürlüğünün gerçekleşmesinde ve halkın yönetim erkine karşı sesini duyurması açısından önemlidir. Yerel medya, bulunduğu bölgede siyasi ve sosyal hayatın şekillenmesinde ifade özgürlüğünü sağlayarak, yaygın medyanın tam manasıyla ulaşamadığı yerlerde onun tamamlayıcı bir unsuru konumundadır. Batı dünyasında yerel medyanın gelişmişlik düzeyi demokratik ve sosyal bir toplumun inşasında önemlidir. (Şen, 2020: 18)

Yerel medya kuruluşlarında çalışanlar, kurumlarının faaliyet gösterdikleri bölge için yadsınamaz bir öneme sahip olduğunu belirtmektedirler. Yayın ve yayım yaptıkları bölge insanı ile yakın insani ilişki içerisinde olan yerel medya çalışanları, durum ve şartlar ne olursa olsun kendisini, yaşantısını sürdürdüğü toplumun problemlerinin çözümüne adanmış bir basın çalışanı olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Yerel medyanın yaygın medyaya göre daha kolay ulaşılabilir olmasının, faaliyet gösterdiği bölgenin halkı tarafından benimsenmesinde etkili olduğu görülmektedir. Çalışanlar bir il ya da bir bölgede yaşayan insanların, buldukları bölgede faaliyet gösteren yerel basın kuruluşlarını yakından takip etmelerinin en önemli sebeplerinden birisini de, içinde yaşadığı toplumda yaşanan gelişmeler ile ilgili daha detaylı ve daha samimi bir içerik buluyor olmalarına bağlamaktadırlar. Yerel basının, daha çok bulunduğu bölgenin potansiyel kaynaklarından yararlandığı, yerel medya çalışanlarının toplumun her anlamda bir

parçası konumunda oldukları görülmektedir. Çalışanlar yerel medyanın, faaliyet gösterdiği bölgenin kırsal kesimlerine kadar ulaştığını, o bölgede yaşayan toplumun tamamını yansıttığını ve yaygın medyanın bu bağlamda yaşadığı sınırlılığını yaşamadığını belirtmektedirler.

“Sektörün ekonomik ve sosyal yetersizliği yerel TV’lerde çalışanların mesleki algılarını olumsuz yönde etkiliyor. Yerelde bu işe karşı mesleki algı, bu alandan mezun olan öğrencilerin sektörde kendilerine yer bulamayacakları yönünde oluyor. Nitelikli personel, çalışma şartları ve kendilerini sınırlayan çalışma alanı sebebiyle sektörden uzaklaşıyor. Çalışanlar kurumlara bağlanamıyor ve kurumlarını yeterli bulmuyor.” (H.B, 46, TV program sunucusu)

“Yerel televizyonda çalışanlar aslında yerel olan kurumların ulusal televizyonlar kadar işleyişinin ve sistematığının güçlü olmadığı yönünde bir algıya kapılmaktalar. Buradan yola çıkarak, yaptıkları mesleğin aslında ne kadar kayda değer olduğunu tam benimseyemiyorlar. Meslek algısı, meslekte güzel işler yapmaktan ziyade ay sonu maaş gününe kadar verilen işleri yapmak oluyor.” (R.Z, 39, TV program sunucusu)

“Şimdiki yerel TV’lerde çalışanların mesleki algısı özel TV yayıncılığının başladığı yıllardaki mesleki algı arasında çok fark var. Biz eskiden gece gündüz demeden mesleği sevdiğimiz için zamanımızdan fedakârca harcardık. Yalnızca yayıncılık vardı. Şimdi internet var yani habercilik kopyala yapıştır haberciliği oldu. Yani eskiden biz koştururduk, Konya’da olsun, Konya dışında olsun, farklı ülkelerde olsun giderdik çekerdik oradan kaset gönderirdik. Bir gün sonra haberler gelirdi. Ama şimdi bu internet haberciliği olunca hepsi anında hemen haber oluyor. Önceden bu meslekte para önceliği yoktu. Bizim algımız bu yöndeydi. Ama şimdiki mesleği yapmak için başvuranlar ilk olarak ücret ne kadar vereceksin diyorlar. Mesleği öğrenmek ve kendini geliştirmek gibi bir hedefleri yok. Bu meslekte para ikinci plandadır ama şimdiki neslin ilk düşündüğü para.” (A.Y, 61, TV reji sorumlusu)

Bu başlık altındaki giriş bölümünde yer alan olumlu mesleki algının dışında yerel televizyon çalışanları, işe kurumsal açıdan bağlanma ve mesleki devamlılık

açısından sorunlar olduğunu belirtmişlerdir. Meslekte uzun yıllar harcamış ve uzmanlaşmış olan TV çalışanlarının mesleki algısı ile mesleğe yeni başlayan ya da iş başvurusunda bulunan kişilerin mesleki algıları arasında farklılıklar görüldüğü ifade edilmiştir. Mesleki olgunluğa erişmiş olan ve özel TV sektörünün başladığı ilk yıllarda çalışma hayatına başlamış olan kişiler, meslekteki önceliklerinin maddi kazanç olmadığını belirtmişlerdir. İş öğrenmekten haz aldıklarını ve çalıştıkları kurumlara ve mesleğe olan sorumluluk duygularının daha yüksek seviyede olduğunu ifade etmişlerdir. Yönetici ve çalışanların meslek ile ilgili olumlu algılarının sebebini, yerel televizyonların kurulduğu ilk yıllarda bir iletişim aracı olarak daha önemli ve toplumsal etki gücünün yüksek olmasına bağlamaktadırlar. Çalışanlar, yapılan yayınların ve üretilen içeriklerin izleyicilerde bir karşılık bulmasının, TV mesleğine olan ilginin yoğun olmasının kendileri üzerinde olumlu bir etki oluşturduğunu belirtmektedirler. TV kuruluşlarının çalışanlarında istek eksikliğinin bir diğer nedeninin de yayınların ulaştığı izleyici kitlesi oranı olduğu görülmektedir. Günümüzde TV izleme oranlarındaki düşüşün ve kurulduğu ilk yıllarda görsel ve işitsel medyanın toplumsal dönüşüm açısından önemli bir gücü olan TV yayınlarına olan ilginin azalmasının çalışanları da olumsuz etkilediği gözlemlenmiştir. Mesleki tecrübesi fazla olan çalışanlar, özellikle dijital yayıncılık ve sosyal medya karşısında güç kaybeden yerel TV'lerde iş hayatına atılacak kişilerin mesleğe olumsuz bir algı ile baktıklarını ifade etmektedirler. Sektörde deneyimli çalışanlar, içinde bulunduğumuz zaman diliminde sosyal medya etkileşimini yoğun olarak yaşayan, teknolojiyi daha yakından takip eden genç kuşağın genel olarak mesleki aidiyete sahip olmadıklarını belirtmektedirler. Medya ve iletişim alanında eğitim görmüş ve mesleğe stajyer kadrolarda yeni başlamış olan çalışanların üretilen içerikleri geleneksel bulduğu belirtilmiştir. Yerel TV çalışanları mesleğe yeni adım atan kişilerin, yerel TV'leri; hızla büyüyen, etki gücünü artıran sosyal medya ile içerik üretimi açısından benzeşmediği için ilgi çekici bulmadıklarını belirtmektedirler. Ayrıca medya alanından mezun olan genç kuşağın ilgisini çekmeyen kuşak yayıncılığı anlayışının, onların mesleğe karşı algılarını da olumsuz etkilediği ifade edilmektedir.

3.8.2. Yerel TV Çalışanları Mesleklerini Nasıl Sürdürmektedirler?

Televizyon yayınlarının gerçekleştiği kurumların, işlerin yürütüldüğü arka plan ve gerçekleşme aşamaları bakımından bir TV binasını gezmemiş olan insanlarca hep merak edilen kurumlar olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Televizyon yayınları geniş kitlelere ulaştığı için yayınların aktarılması esnasında oldukça hassas bir çalışma, teknik bilgi ve yayıncılık deneyimi gerektirdiği gözlemlenmiştir. Yaygın TV kuruluşlarında ve yerel TV kuruluşlarında bu mesleğin yapıldığı fiziki şartlar, işi yürüten kişilerin çalışma şekilleri, çalışma ortamları benzerlik gösterse de bazı farklılıklar da görülmektedir. İşin kamera arkası diye tanımlanan; yönetmen, reji sorumlusu, görüntü operatörü, ses operatörü, k(j)ekran yazıları) sorumlusu ve kameramanlardan oluşan ekibin çalışmalarının, yayın ve içeriklerin aktarılmasında işin omurga görevini gerçekleştirdiği belirtilmiştir. Ekran karşısında TV haber ve program sunuculuğu yapan kişilerin mesleki yeterlilikleri, yetenek, tecrübe ve konuşma dili zenginlikleri gibi birçok faktör işlerin yürütülmesinde oldukça önemli olduğu görülmektedir. Yerel TV çalışanlarına yöneltilen işlerini “Nasıl?” yaptıkları ile ilgili soruya verilen yanıtlar, yapılan işin alanına göre değişkenlik göstermektedir. Çalışma alanı program ve haber sunuculuğu olanlar, daha çok mesleğe olan ilgileri, yaptıkları işin olumlu tarafları ile çalışma koşullarından kaynaklı olarak yaşadıkları olumsuz taraflarını ifade etmişlerdir. TV’lerin fiziki şartları ve yayınların insanlara ulaşma aşamalarından ziyade Konya’da bulunan yerel TV çalışanlarına, mesleklerini “Nasıl?” sürdürdükleri sorulmuştur. Görüşmeler sonucunda çalışanların mesleklerini nasıl sürdürdükleri ile ilgili ifadeleri, olumlu ve olumsuz duygu ve düşünceleri ele alınarak nitel veriler yorumlanmıştır.

“Mesleğe ilk başladığım ve özel televizyonculuğun etkili olduğu yıllarda bizim yaptığımız işler daha zahmetliydi. Eskiden bizde korku yoktu, şimdiki kuşak mesleğini yaparken korku ile yapıyor. Acaba beni ben bu olayı haber yapsam beni döverler mi? İşten atarlar mı? Veyahut dışarıda beni tanıyıp darp ile rencide ederler mi tedirginliği olmazdı. Biz çok dayak yedik, küfür yedik, tehdit edildik ama şimdiki çalışanlarda böyle bir durum yok. Zaten haberi ajanslardan alıyorlar, ya da

internetten kopyala yapıştır yapıyorlar. Yani haberci haberin içinde olmalı, haberi yaşamalı ve aktarmalı. Ama şimdi durum böyle değil.”(A.Y, 61, TV reji sorumlusu)

“Yerelde bu mesleği yaparken çok kolay şartlara sahip değiliz. Biz maddi olarak bir kere hep ekside başlarız ama yerelde mesleğe karşı farklı bir sevgi vardır. Yani yerel TV’de bu işi yapıyorsan adanmışlık gerekmede. Hani hep dava diyoruz aslında çok itici geliyor belki son dönemlerde ama gerçekten bir amacın oluyor. Bu dava mesleki bir olgu aslında. Bir amaca ulaşmak, kamuyu bilgilendirmek, insanlara doğruları aktarmak; milli ve manevi açıdan doğru haberi, doğru içerikte programı aktarmayı kastediyoruz dava derken. Şartlar zor ama bu zorluğa rağmen de hep sevgiyle yaptık işimizi.”(A.Ş, 45, TV program sunucusu)

“Yerel ya da ulusal tüm medya çalışanları temelde kritik bir görev icra ediyor. Yerel televizyonlar yönetilenlerle yönetenler arasında bir köprü konumundadır. Yerel TV çalışanları kameramanlar, editörler, haber spikerleri ve teknik destek personeli gibi farklı rollerde görev alabilirler. Örneğin haber spikeri düzgün bir Türkçeyle ses tonuna dikkat ederek anlaşılır bir şekilde haberleri aktarıırken, kameraman doğru açıları ve görüntüleri yakalamak için mücadele verir. Her biri kendi uzmanlık alanında iş birliği yaparak televizyonun günlük yayınlarını gerçekleştirir. Kısacası yerel medya yaşadığı çeşitli zorluklara rağmen yayın yaptıkları bölgeye, şehre yapmış oldukları katkılar ve hizmetler birçok noktada önem taşımaktadır.”(C.U, 38, TV Haber Sunucusu)

“Bu mesleğe yerelde başlamak aslında büyük bir avantajdır ve kişinin bu meslekte yoğrulmasını sağlar. Aslında yerel kanallarda çalışmak bir o kadar zordur ve bu zorluklara rağmen işini severek yapanlar. İşin zorluğunun yanında, TV yöneticilerinin ve muhatap oldukları konukların tavırlarına varıncaya kadar daha birçok şeyi göğüsleyerek, katlanarak bu yolda ilerlemeye devam eder. Yerel TV’de çalışanlar, tabiri caizse kıtlık içinde mutfakta var olan malzemelerle harika lezzetler, sunumlar ortaya koymaktırlar.”(E.S.A, 42, TV program sunucusu)

“Maddi olanaklar bizleri tatmin etmese de bu işimizi iyi yapmayacağımız anlamına gelmiyor. Belki biraz daha yoruluyoruz, belki şartlar tam olarak

istediğimiz projeleri gerçekleştirmemiz için imkân sunmuyor ama ulaşmak istediğin kitleyle iletişim noktasında ulusallara göre daha şanslı olduğumuza inanıyorum. Elbette kolay ulaşılmanın verdiği sıkıntılar da var. Örneğin; haberini yaptığımız kişinin bu haber hoşuna gitmemişse.” (K. A, 48, TV haber sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanları, mesleklerini genellikle zorlu koşullarda icra etmektedirler. Çalışanlar; uzun çalışma saatleri, düşük ücretler ve mesleki güvencesizlik gibi sorunlarla mücadele etmektedir. Buna rağmen azimle gayretle çalışmalarına devam ederler. Buradaki başarımızın sırrı, çok okuyup iyi analiz yapıp izleyicilerin beklentileri ve bakış açılarına çok yönlü sentezleyip tıpkı bir mücevher avcısı gibi dikkatle çalışmakta ve buna göre içerikler üretmekteyiz. Tuhaftır ama izleyicilerin ve yakın çevremizin en çok merak ettiği konulardan bir tanesi ekranda giyilen kostümler, aksesuarlar ve makyajını kimin yaptığıdır. Bu konularda çok gelişmemiş olan yerel televizyonlarda iş yine program yapımcı ve sunucuna düşmektedir. Bir yandan ekran yüzü olurken diğer yandan programı zengin içeriklerle doldurup KJ ye varıncaya kadar hepsi ile TV programcılığı olarak bizler ilgilenmekteyiz. Buna kısaca tek kişilik dev kadro diyebiliriz.”

Bir mesleğin nasıl icra edildiği ile ilgili merak edilenlerin, işin içinde olmadan tam anlamıyla öğrenilemediği görülmektedir. Meslek seçiminde, çalışma ortamı ve şartları, işin yapıldığı bölge ya da şehir, sonuçları açısından önem derecesi ve işin bölümleri gibi birçok faktörün belirleyici olduğu ifade edilmiştir. Yerel medyada çalışmayı tercih edenlerin, hangi problemlerle karşılaştıkları ve önlerine çıkan engelleri nasıl aştıkları yine işi yapanların ifadeleri yorumlanarak aktarılmaya çalışılmıştır.

Konya’da yayın yapmakta olan TV’lerde çalışanlar, genel olarak yaptıkları işin öneminin farkında olduklarını belirtmektedirler. Genel izleyici kitlesine oranla çalışma hayatlarını sürdürdükleri bölge ya da şehirdeki insanlar ile daha çok etkileşim içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Yaygın(ulusal) TV kuruluşlarının, yerel TV kuruluşları kadar bölgelerinde etki gücünün olmadığını düşünmektedirler. Yaygın medya ve yerel medyanın, işlevleri açısından birtakım benzerlikler gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu işlevlerin yaygın ve yerel medyada topluma farklı biçimlerde

yansıdığı görülmektedir. Yaygın medyanın, toplumun genelini ilgilendiren daha genel başlıklar altında içerikler oluşturduğu, yerel medyanın daha çok bulunduğu bölgenin kimliğini yansıttığı belirtilmektedir. Yaygın medyanın, merkezi özelliği dolayısıyla daha geniş bir bölgeden bilgi ve haber almakta olduğu, ajanslar ya da kurumu temsil eden muhabirlerinden yararlanmakta olduğu belirtilmiştir. Çalışanlar yerel medyanın, faaliyette olduğu bölgeye daha derinlemesine hâkim olduğunu, çalışanlarının bölge halkıyla kurduğu derinlemesine iletişim sayesinde elde ettikleri bilgiler doğrultusunda, içerik aktarımını daha detaylı bir biçimde yapabildiğini belirtmişlerdir.(M.E, 32, TV program sunucusu)

“Nasıl kelimesine cevap iki türlü olacak burada. İlki büyük özveri ile. Bunun arka planında maddi zorluklar yatmakta. İkincisi, öğrenerek ve kendilerini televizyon sektöründeki yeni adımlara bütünleşmiş kabul ederek çalışmaktalar. Ulusal televizyonlarda ekrana giren ufak bir gelişme dahi, yerel televizyon yöneticileri veya izleyici tarafından beklentiye sebep olmakta. Bu sebeple, ulusal televizyonlarda var olan maddi güç olanaklar onları, rahatlıkla yeni ve etkili adımlar atmaya iterken; yerel televizyonlarda ise imkânsızlara rağmen yarıştan geri kalmamak için bir şekilde bu yenilikleri yapmak durumunda bırakmakta.”(R.Z, 39, TV program sunucusu)

“Aslında Konya şartları için bence zor yapıyoruz mesleğimizi. Çünkü bizim televizyon sonuçta belirli bir siyasi düşüncesi olan televizyon ve onun için aktarmak istediklerimizin aktarılamadığı, konuşulmadığı bir kurumda çalışıyoruz. Bu durum ulusal medyada da aynı aslında.”(S.K, 41, TV program sunucusu)

“Yerel medya mensupları, mesleklerini özveri ile yerel imkânların müsaade ettiği kadarıyla yerine getiriyor olsa da, geçmişe göre daha rahat ortamlarda yerine getirebilmektedir. Bilgiye ulaşımın dijitalleşen günümüzde daha rahat ve hızlı olması, iletişim kanallarının açık olması çalışanların işlerini kolaylaştırmaktadır.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Canlı haber ve TV programı sunucuları, işlerinin gerektirdiği canlı yayın profesyonelliği gereği, ekran gerisinde olan olumsuzlukları yayın anında bir kenara

birakıp işe başladıkları ilk günkü heyecanla mesleklerini yaptıklarını söylemektedirler. Yerel TV çalışanları, bir programın ön hazırlığı aşamasında oldukça geniş bir alanda planlamalar yaptıklarını belirtmektedirler. Çalışanlar kurumlarındaki yöneticilerin, TV programcılarından çalıştıkları kurum ya da yaşadıkları şehirdeki diğer yerel TV programları ile özellikle içeriklerin benzeşmemesini istediklerini belirtmişlerdir.

Canlı yayın yapan yerel TV program sunucuları, bir yandan dünya ve ülke gündemine uygun güncel içerikler oluşturduklarını, diğer yandan-özellikle hafta içi her gün yayınlanan programlarda- konu ve konuklar açısından tekrara düşme tedirginliği yaşadıklarını belirtmektedirler. Çalışanları kendilerini zorlayan bir diğer hususu, haftalık yayın periyodunda yine hafta içi her gün yayınlanan diğer canlı programlar ile aynı konu ve konukların çakışması durumu olarak belirtmektedirler. Program sunucularının, çalışmalarını sürdürdükleri şehirde özellikle programlarına alanında uzman ve toplumca kabul görmüş konuklar bulma konusunda, sosyal çevre-kültürel içerik sınırlılığı sebebiyle zorlandıkları görülmektedir. Yerel TV çalışanları seçilen içeriklerin, yayın yapılan bölge insanının da dikkatini çekecek ve onlara hitap edecek türde olması gerektiğini belirtmişlerdir. Programlar ile ilgili ön çalışmaların geniş bir ekip yerine bir kişinin sorumluluğunda yapıldığı gözlemlenmiştir. Program içinde bir bölüm olarak paket çekimlerin kurgulanması ile daha önceden hazırlanmış olan sokak röportajları, moda, sanat, yemek ve güncel organizasyon gibi içeriklerin planlanması ve çekimlerinin organizasyonunun sunuculara ait olduğu belirtilmektedir. Canlı yayınlanan programların özgün olabilmesi için, içeriklerinin güncel olmasına ve aynı kurumda yayınlanan diğer canlı ya da paket programlardaki içeriklerle -haftalık yayın akışı içerisinde- benzerlik göstermemesine özen gösterildiği ifade edilmiştir.

Yerel televizyonlarda çalışan özellikle stüdyo dışı(paket) program sunucuları, asli görevleri olan sunma işinin dışında bir yapımcı gibi çalıştıklarını ifade etmektedirler. Sunucular, yaptıkları işte ihtiyaç duydukları bir yapımcı, yönetmen, asistan ve yapım ajansı desteği gibi unsurlardan yoksun olarak işlerini yürüttüklerini belirtmişlerdir. Programların ön hazırlığına dair planlamaların, program müdürü ya

da genel yayın yönetmeni öncülüğünde yapıldığı görülmektedir. Program sunucuları, her ne kadar yöneticilerin organize ettiği bir çalışma biçimi gibi görünse de, programa dair tüm içerikler ve davet edilecek konuklar ile iletişim kurulması, konuklar şehir dışından gelecekse ulaşımlarının planlanması gibi işleri üstlendiklerini belirtmişlerdir. Yerel TV'lerde çalışan sunucular, çalışmalarındaki sınırlılıklardan birisinin de kurumsal ilişkiler olduğunu ifade etmektedirler. Program içeriklerinde işlenecek olan konuların, programa davet edilecek konukların siyasi görüş ve düşüncelerinin TV kurumunun yayın politikalarına uygun olması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durumun canlı haber sunumu ve haber programı niteliği taşıyan yayınlar için de geçerli olduğu görülmektedir. Farklı bakış açıları ve düşüncelerin yer bulmadığı programlar ve TV'nin genel yayın politikası gereği toplumun tüm kesimlerine hitap edememektedir. Yerel Televizyon izleyicilerinin, program ve yayınlarda işlenen eleştirel konuların hedefi durumunda olduklarında, kişisel ve kurumsal olarak tepkilerini zaman zaman sert bir şekilde gösterdikleri belirtilmektedir. Çalışanlar, bu tepkilerin kurumlarına kolayca ulaşmasının en önemli sebebini, kurumlarının yaşadıkları şehirde ve kolayca ulaşılabilir olmasına bağlamaktadırlar. Yerel TV çalışanları, toplumumuzda demokrasi ve fikir hürriyeti yeterince olgunlaşmadığı belirtmektedirler. Bu durumun, sunucuların içerikte kullanacakları konu seçimleri ve güncel meseleler ile ilgili farklı görüşlere yayınlarda yer vermeleri üzerinde bir engel oluşturulduğu görülmektedir.

Genel yayın formatı ile yayın yapan yerel televizyonlarda, programların içyapım ve dış yapım olarak ayrıldığı görülmektedir. İç yapımların daha çok haftalık yayınlanan canlı yayınlar, haber yayınları, stüdyoda çekilen paket program türlerinden oluştuğu gözlemlenmiştir. Dış yapımlar ise hazır yapımlar olarak yapım şirketlerinden ya da ajanslardan belirli bir ücret karşılığında satın alınan ve yayınlanan programlar olduğu ifade edilmektedir. Konya'da bulunan Yerel TV'lerde bu sınıflamanın dışında bir de program yapımcı ve sunucusu kadrosu ile dış yapımcı olarak istihdam edilen kişilerin çalıştırıldığı görülmektedir. Bu statüde çalışan program yapımcı ve sunucuları, daha çok şehir dışı ya da yurt dışı organizasyonların aktüel çekimleri, gezi-belgesel türünde olan programların çekimlerinin planlanması ve yapılmasından sorumlu olduklarını belirtmektedirler. Genellikle sorumlu oldukları

programın, şehir dışı veya yurt dışı çekimleri için gerekli olan ulaşım, gidecekleri yerlerdeki konaklamanın planlanması ve çekimler için yol gösterecek olan bir mihmandarın bulunması gibi daha birçok işin program yapımcısı ve sunucusunun iş tanımında olduğu ifade edilmektedir. Bir dış yapımcı gibi çalışan kadrolu program sunucuları, yerel TV yönetimlerinin genellikle bu programlar için gerekli olan araç ve araç şoförü gibi imkânlar sağlamadığını, ulaşım ve konaklama giderleri gibi temel ihtiyaçları karşılamadığını belirtmişlerdir. Çalışanlar, TV yöneticilerinin program çekimi için gerekli olan ihtiyaçların giderilmesi için, programcılarının firma ya da kurumlardan reklam desteği almalarını istediklerini ifade etmişlerdir. Dış yapım türünde program yapan içyapım çalışanlarının, bağlı buldukları TV kurumuna maddi anlamda yük olmadan, programlarının devamlılığı için gerekli olan ihtiyaçları destekleyici bularak karşılamak zorunda bırakıldıkları görülmektedir. Ulaşım için destekleyici firma bulamayan program yapımcı ve sunucuları, çoğu zaman şahsi araçlarıyla ve araçlarının sürücülüğünü de üstlenerek işlerini yürüttüklerini belirtmektedirler. Ayrıca program çekimleri için ulaşacakları yerde konaklamaları gerekiyorsa, gidecekleri yerdeki resmi ve özel kurumları ile iletişime geçerek destek istediklerini ifade etmişlerdir. Program çekimlerini, kurumlarında çalışan kameraman sayısındaki yetersizlik nedeniyle çoğu zaman tek kameraman ile gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yurt dışı çekimleri planlanmışsa işin daha da zor bir hal aldığı belirtilen program sunucuları, yurt dışında faaliyet gösteren dernek vb. kuruluşlar ya da firmalardan program için ulaşım ve konaklama desteği istediklerini belirtmektedirler.

Bu başlık altında yerel TV çalışanlarının işlerini “Nasıl?” yaptıkları sorusunun, bir meslek işleyişi tanımının dışına çıktığı ve her alanı türlü çıkmazları barındıran bir mücadeleye dönüştüğü ifade edilmektedir. Yerel TV program yapımcı ve sunucuları, kurumlarının kendilerine sağlamadığı imkânları oluşturmak için destek istediği kurum ve firmaların her olumsuz yanıtı ile aynı zamanda mesleki onurları zedelenen kişiler olarak psikolojik sorunlar yaşadıklarını da belirtmektedirler.

3.9. Yerel Televizyonlarda Çalışma Ortamı

Mesleklerin icra edildiği ortamlar iş verimliliğini ve üretimini olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebilmektedir. İşin üretimi aşamasında gerekli olan maddi olanaklar, fiziksel mekân, insan kaynakları gibi unsurlar oldukça önemlidir. Yerel TV’lerde işlerin yürütülmesi le ilgili; ekip uyumu, iş yoğunluğu, çalışma saatleri, görev paylaşımı, yönetici tutumları, mali ve teknik imkânlar gibi sebepler hususunda çalışanların duygu ve düşünceleri, bu alanda yaşanan sorunların bir dışavurumudur. Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanları ile yapılan görüşmeler iki başlık altında toplanmıştır: Yerel TV’lerde mesleki anlamda sunulan çalışma ortamı ve yerel TV’lerin mali ve teknik açıdan imkânlarının yeterli olup olmadığı konuları ile ilgili çalışmanın nitel verileri yorumlanmıştır.

3.9.1. Konya’da Bulunan Yerel Televizyonlarda İş Ortamı

Her meslek grubunun gerektirdiği çalışma ortamı ve koşulları nitelik açısından farklıklar arz etmektedir. İcra edilen mesleğin çıktılarını kalite ve kantite açısından değerlendirecek olursak: Kantite, ortaya çıkan sonuçların niceliği (çokluğu) olarak bilinirken; kalite, bu sonuçların ne kadar nitelikli yani etkili olduğu ile ilgilidir. İş üretilirken yönetim felsefesi kaliteden yana olan iş yerlerinin hedeflerine ulaşma konusunda daha başarılı olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda çalışma ortamlarının fiziki şartları ve insan kaynaklarının verimliliğinin, kaliteli işlerin üretilmesinin önemli koşullarından olduğu düşünülmektedir. Medya çalışanının, mesleğin mahiyeti açısından bakılacak olursa bir “Fikir İşçisi” olarak adlandırıldığı ifade edilmektedir. TV yayıncılığı, genel olarak siyaset, kültür, sanat, eğitim ve güncel gelişmeler gibi birçok toplumsal unsuru etkileyen ve bu unsurlardan etkilenen bir meslek alanı olduğu ifade edilmektedir. Bu meslek alanında üretilen her türlü içeriği üretenlerin yani TV çalışanlarının iş ortamları değerlendirilirken, birçok unsurun göz önünde bulundurulması gerektiği ifade edilmiştir. Konya’da bulunan yerel televizyon yönetici ve çalışanlarının çalışma ortamı ile ilgili düşünceleri genel olarak benzerlik göstermektedir.

“Bir yerel TV çalışanının savaştığı şey imkânsızlıksa buna bir çözüm bulunabiliyor. Ama savaştığı durum aslında iş ortamındaki geniş görüşlülüğün olmaması. Ürettiğiniz işin kalitesinden ziyade çoğu zaman iş sayısı ile kıyaslanıyorsa işte asıl sorun bu oluyor. Yerel kanallarda ahbab ilişkileri daha bir ön planda. Ve bu durum ‘iş ehline verme’ durumunu ortadan kaldırıyor. İş bilmeyen yönetici de bir basın mensubunun beyin ve fikir işçisi olduğunu anlayamayıp, size mesai kavramı bile koyabiliyor. Oysaki bir basın mensubunun mesleğe başlarken duyduğu ilk söz mesai mefhumunun olmadığıdır.” (K.A, 48, TV haber sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanlarına sunulan çalışma ortamı, mesleğin yapısı gereği hiçbir zaman tam anlamıyla yeterli olmuyor. Tabi ki bu biz böyle çalışma ortamımızı verimli hale getirebilmek adına tabiri caizse turnaklarımızla kazıya kazıya bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Maalesef yerel TV’lere destek hep az oluyor. Birkaç STK ve birkaç yayıncı kuruluş derneği dışında çalışma ortamlarının iyileşmesi adına oldukça az bir girişim var. Yerel hep kendi turnaklarıyla kazıyarak kendisine bir çalışma alanı oluşturmaya çalıştı. Son dönemlerde bazı iyi gelişmelerinde olduğunu söylemeliyiz. Özellikle Cumhurbaşkanımızın 2014 yılında kurulan Anadolu Yayıncılar Derneği’ne olan destekleri, yerel medya kuruluşlarının devletin en üst makamınca dikkate alınarak başarı ödüllерinin verilmesi olumlu bir gelişme oldu mesela. Ama yerel medya kuruluşları, özellikle yerel TV’lerin birçok önemli sorunu hala çözülmüş değil.” (A.Ş, 45, TV program sunucusu)

Yerel televizyon çalışanları, yapmış oldukları çalışmaların devletin çeşitli kurumları tarafından ödüllendirilmesinden memnun olduklarını belirtmektedirler. Buradaki memnuniyetin ana gerekçesini de yerel TV’lerin dikkate alınması olarak ifade etmektedirler. Yerel medya yayıncı kuruluşları tarafından oluşturulan dernek veya benzeri kuruluşlar sayesinde yerel TV sorunları ile ilgili bir farkındalık oluşturulmak istendiğini ama bunun tam olarak karşılık bulmadığını ifade etmektedirler. Çalışanlar kurumlarındaki maddi olanaksızlıkların, iş ortamlarını etkilediğini, iş verimliliklerinde düşüşe neden olduğunu belirtmektedirler. Mevcut durumun düzeltilmesi için devlet kurumlarının verdiği desteği yetersiz bulduklarını, yerel TV’lerin daha çok desteklenmesi gerektiğini belirtmektedirler.

“Çalışma ortamı yerel TV çalışanlarının verimli bir şekilde çalışabilmeleri ve görevlerini etkili bir şekilde yerine getirebilmeleri için önemlidir. Fakat yerel medya kurumlarındaki finansal yetersizlik, kurumların teknik kapasite ve donanım seviyesinin düşmesine dolayısıyla yerel yayınların hem içerik hem de çeşitlilik açısından sınırlı kalmasına sebep oluyor.”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanlarına sunulan çalışma ortamı, mesleki anlamda yeterli değildir. Çalışanlar, genellikle yetersiz teknik altyapı, kısıtlı kaynaklar ve baskıcı çalışma koşullarıyla karşı karşıya kalabilmektedir. ”(M.E, 32, TV program sunucusu)

“Yerel televizyonların çalışma ortamları çoğunlukla yeterli değil. Anadolu’da Kon TV gibi Elâzığ’da Fırat TV gibi Güneydoğu’da Şanlıurfa’da, Kanal Urfa gibi İzmir ve Bursa’da yayın yapan kısmen yeterli çalışma ortamları bulunan birkaç yerel TV’yi örnek verebiliriz. Bu şehirlerin dışında pek de imkân yoktur, olumlu çalışma ortamı yoktur.” (N. B. 54, TV genel koordinatörü)

“Çalışma ortamı çalıştığım kurum için fiziki anlamda yeterli diyebilirim ama fiziki yeterlilik işlerin yürütülmesi açısından tek koşul değil. Maddi olanaklar yeterli olmadığı için çalışan insan sayısı yeterli değil. Mesela ulusalda yapılan canlı yayınların kamera arkasında yerele oranla neredeyse üç kat fazla insan çalışıyor. Ama bizler canlı yayını yaptığımız ekip arkadaşlarımızın azlığı ve onlara yüklenen yoğun iş yükü nedeniyle bazen sürtüşmeler yaşayabiliyoruz. Her programcı kendi programının en iyi olmasını ister ama bunun için yeterli ekip yoksa ve bundan dolayı kamera arkası çalışanlar yeterli performans gösteremiyorsa bu durum programcı için de olumsuz sonuçlar doğuruyor. İş ortamımızda yaşadığımız gerginlikler zaman zaman yayınlara da yansıyor.”(S. K, 41, TV program sunucusu)

“Çalışma ortamları her kurum için aynı değildir. Teknik alt yapısı ve ofis ortamları nispeten daha iyi olan yerel medya kuruluşları olmakla birlikte genel anlamda fiziki çalışma ortamlarının istenen düzeyde olmadığını belirtmekte fayda var. Çalışma ortamımızı etkileyen en önemli sorunların başında ise ulaşım sorunları gelmektedir.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Yerel TV çalışanları, bir meslek alanı olarak kitleleri etkileyen TV kuruluşlarında, içerik üretilmesi açısından çalışanların seçiminde titizlik gösterilmesi ve çalışanların doğru yönlendirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. İş ortamlarında ekip uyumunun başarının temel ölçütü olduğu ifade edilmiştir. Konya'da bulunan yerel televizyonlarda çalışanlar, iş ortamları ile ilgili fiziki şartlar ve insan kaynakları yetersizliği nedeniyle olumsuz yönde etkilendiklerini belirtmişlerdir. Çalışma koşulları bakımından ve mesleki özellikleri gereği bir mesai kavramı olmayan yerel TV'lerde çalışanlar, bu sektöre yabancı olan yöneticiler ile çalışmanın olumsuz bir çalışma ortamı oluşturduğunu belirtmişlerdir. Yerel TV'lerde çalışanların mesai dışında da mesleki çalışmalarını yürüttükleri gözlemlenmiştir. Çalışanlar, mesai dışı çalıştırılmalarına rağmen belirli bir çalışma saati içerisinde kurumda bulunma zorunluluklarının olduğunu, bu durumun iş üretme kapasitelerini olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir. Yerel televizyonlarda özellikle program ve haber üreten çalışanlar, toplumsal ilişki geliştirmek ve yaşadıkları bölgeden haberdar olarak yayın içerikleri oluşturmanın önemli olduğunu söylemektedirler. Belirli bir zaman diliminde iş yerinde bulunma zorunluluğunun, bu alanda nitelikli çalışmaların ortaya çıkmasının önünde bir engel oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Çalışanlar iş ortamı ile ilgili ön plana çıkan olumsuzluğun temel gerekçesini yönetici tutumlarına bağlamakta ve kısıtlı olan insan kaynaklarının işin niteliğine göre doğru iş alanlarına yönlendirilmediğini ifade etmektedirler. Yerel TV'lere çalışmak için başvuru yapanların işe uygunluklarının dikkate alınmadığını ya da yöneticilerin yakın sosyal çevresinden gelen iş başvurusu taleplerine öncelik verilip çalışandan beklenen niteliğin göz ardı edildiğini belirtmişlerdir. Yöneticiler ile yakın ilişkisi bulunan alanında uzman olmayan kişi ya da kurumlarca oluşturulan program içerikleri yerel TV çalışanlarının bile zaman zaman katlanmakta zorluk çektiği yayınlar haline dönüştüğü görülmektedir. İçeriği ilgi çekici olmayan yayınların genel izleyici kitlesini düşürmesi sebebiyle nitelikli işler üreten çalışanlar, ürettikleri içeriklerin hedeflenen kitleye ulaşmadığını belirtmektedirler. Yerel TV'lerde çalışanlar çoğunlukla çalışma ortamı ve işyeri ilişkileri açısından kendilerine yeterince değer verilmediğini belirtmişlerdir. Bir televizyon programının üretilmesi

ve yayın akışında yer bulması için, arka planda özverili bir ekip çalışmasının gerekli olduğu ifade edilmektedir.

TV yayıncılığı alanında çalışanlar, mesleğin temel yeterliliklerine iyi düzeyde sahip olunması gerektiğini ifade etmektedirler. Çalışanlar, ülke ve dünya gündeminin yakından takip edilmesi gerektiğini, bilgi ve kültür düzeyi açısından kendilerini sürekli yenileyen kişiler olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca bu mesleği icra edenlerin, RTÜK tarafından belirlenen yayıncılık etik ilkelerine bağlı bir şekilde çalışmalar yürütmesi gerektiğini düşünmektedirler. Yerel TV'lerde nitelikli çalışan istihdamının, maddi yetersizlikler ve yanlış yönetim anlayışı nedeniyle çoğu zaman dikkate alınmadığı görülmektedir. Meslekte yeterliliği bulunan, alanında yetenekli olan çalışanların, iyi bir çalışma ortamı bulamadıkları için ve maddi açıdan tatmin olmadıkları için bağlı oldukları kurumlarda iş hayatlarına devam etmedikleri belirtilmektedir. Yerel TV'lerde sınırlı imkân, koşul ve ortamlara rağmen kaliteli içerik üretiminde istekli ve yetenekli olan bazı yerel TV çalışanları da, ekip arkadaşlarında aynı mesleki heyecanı bulamadıkları için zamanla üretme isteklerinde azalma olduğunu belirtmişlerdir. Yerel TV'de çalışan program yapımcı ve sunucuları, zahmet gerektiren kaliteli bir içerik üretmek istedikleri zaman teknik ekip, kameraman ve kurgu-montaj ekibi ile sorunlar yaşadıklarını ifade etmektedirler. Bu durumun oluşmasını, aynı kurumda çalıştığı ekip arkadaşlarının da program yapımcı ve sunucusu gibi düşük ücretlerle çalıştırılıyor olmasına bağlamaktadırlar. Konya'da yayın yapmakta olan yerel televizyon çalışanları, çoğunlukla asgari ücret ile istihdam edildiklerini ve bu ücret anlayışının kurumların bütün birimlerinde çalışanlar için geçerli olduğunu belirtmişlerdir. Çalışanların kıdemlerine, yeteneklerine ve iş üretme kapasitelerine bakılmaksızın, tüm çalışanlar - çok küçük farklar olsa da- aynı ücret karşılığında çalışma hayatlarını sürdürdükleri görülmektedir. Yerel TV'lerde çalışanların ücretlendirmesi ile ilgili bu anlayışın, çalışanların yeteneklerini sergileme konusunda isteksiz hale gelmesine ve iş yerlerinde olumsuz bir çalışma ortamının doğmasına sebep olduğu gözlemlenmiştir.

Konya'da bulunan yerel TV yöneticilerinin, çoğunlukla kurum çalışanlarından yetenekli oldukları konular dışında da işler üretmelerini bekledikleri

ifade edilmiştir. Çalışmalarda üretilen işin niteliğinden çok kuruma getireceği maddi fayda ölçüt alındığı belirtilmektedir. Yaygın TV kuruluşları ile yerel TV kuruluşlarının reklam ve pazarlama alanında farklı çalışma prensiplerine sahip olduğu görülmektedir. Yerel televizyonun reklam birimi çalışanları, yaygın TV kuruluşlarının belirlemiş oldukları reklam kuşaklarında, reklam yapım ajansları tarafından hazırlanan ve bu kurumlara pazarlanan reklamları yayınladıklarını ifade etmektedirler. Yaygın TV’lerde yayıncı kuruluş çalışanlarından pazarlama alanında çalışmalar yapmalarının beklenmediği belirtilmiştir. Yerel televizyon yöneticilerinin genel olarak, kurumlarına maddi girdi sağlanması için neredeyse her personelin bir ajans çalışanı gibi hareket etmesini bekledikleri ifade edilmektedir. Çalışanlar, yerel TV’lerde program yayın akışı hazırlanırken –maddi gerekçeler sebebiyle- çoğu zaman önceliğin izleyici kitlesinin beklentileri olmadığını belirtmişlerdir. Bir kurum ya da firma tarafından destekleyicisi bulunan canlı ya da paket TV programların yayınlanacağı kuşak belirlenirken, izleyici beklentilerini ve içerik kalitesinin yine aynı gerekçe ile göz ardı edilebildiği görülmektedir. Üretilen içeriklere sadece maddi getiri açısından bakılmasının, kaliteli içerik üretme gayreti içinde olan, izleyici kitlesini artırmayı isteyen program yapımcı ve sunucularının isteklendirmelerini olumsuz bir şekilde etkilediği ifade edilmektedir. Çalışanlar, TV programlarında stüdyo-dekor çalışmalarının görsellik açısından önemli olduğunu belirtmekte ve televizyon kuruluşlarında dekor çalışmaları yapan bir birimin olması gerektiğini düşünmektedirler. Genel olarak Konya’da yayın yapmakta olan yerel TV’lerde dekor çalışmaları yapan bir birimin bulunmadığı, böyle bir birimi olan kurumlarda ise istenilen kalitede dekorların üretilmediği gözlemlenmiştir. Çalışanlar, yerel TV yöneticilerinin program yapımcı ve sunucularına dekor çalışmaları ile ilgili sorumluluk verdiklerini belirtmektedirler. Çalışanlar programlarının önemli bir unsuru olan stüdyo-dekor çalışmaları için destekleyici firma arayışına girdiklerini ifade etmektedirler.

Yerel TV çalışanları, asli görevlerinin dışında kendilerinden beklenen birçok işi yapmak zorunda kaldıkları için çalışma ortamlarından memnun olmadıklarını belirtmektedirler. Çalışanlar, kurumlarındaki yönetici tutumlarının iş ortamlarını olumsuz etkilediğini, iş üretme isteklerini azalttığını ifade etmektedirler. Yerel

TV'lerde işlerin üretilmesi aşamasında çok yoğun bir emek harcandığı ama bu emeğin karşılık bulmadığı gözlemlenmektedir. Çalışanlar arasında iş ortamında yaşamış oldukları sorunların çoğu zaman işleyişte yaşanan aksaklıklardan kaynaklandığı belirtilmektedir.

3.9.2. Yerel Televizyonlarda Mali ve Teknik İmkânlar

Bir kuruluşun mali ve teknik imkânlarının, kuruldukları bölgenin sosyal ve ekonomik koşulları, bölgelerinde bir eksikliği tamamlamaları ve ulaşmak istedikleri hedefler ile doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Televizyon yayıncılığı yapan kuruluşların, çoğu zaman bir ekonomik beklentiden ziyade, egemen güçlerin beklentilerine hizmet eden bir iletişim aracı olduğu ifade edilmektedir. Televizyonun, her türde haber ve program formatını geliştirebilen bir iletişim aracı olma özeliği ile toplumun bütün sosyal sınıflarının ilgisini çekebildiği görülmektedir. Özellikle cinsellik, saldırganlık ve merak uyandırıcı türden program ve diziler ile insan duygularını etkilediği, izlenme kaygısı ile bazı toplumsal değerleri hiçe sayan bir medya organı haline geldiği gözlemlenmiştir. Özellikle uydu yayıncılığı sayesinde, ilk yıllarda tek bir kanaldan birçok içeriği sunan televizyon kanallarının yanında tematik kanalların çoğalarak izleyiciye oldukça geniş bir seçme alanı tanıdığı belirtilmektedir. Spor, eğlence, müzik, haber ve toplumun ilgisini çekecek daha birçok alanda televizyon kanalları kurularak toplumun tüm kesimlerine ulaşılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Televizyonun, üretilen içeriklerin ve program formatlarının hızla tüketildiği ve izleyiciye daima kendini yenilemiş bir halde ulaşma zorunluluğunu üzerinde taşıyan bir iletişim aracı olduğu belirtilmektedir. Fakat program ve içerik üretimi için çok yüksek maliyetlerin ortaya çıkabildiği ifade edilmektedir. Sonuç olarak medya sahipliğinin, yine egemen siyasi ve iktisadi güçlerin güdümünde olduğunu görülmektedir. Televizyonun toplum üzerinde bir tüketim kültürü oluşturma çabası aslında varlığını devam ettirebilme amacının bir ürünü olarak belirtilmiştir. Televizyonun, belirli yasal düzenlemelerle kontrol edilmeye çalışılan bir iletişim aracı gibi görünse de, siyasi otoriteye hizmet etmek durumunda kalan ve basın özgürlüğünün gerektirdiği anlayışı gerçekleştirmekte zorlanan bir iletişim aracı

olduğu görülmektedir. Yaygın TV kuruluşları ve yerel TV kuruluşlarının genel olarak benzeştiği en önemli noktanın bir dünya görüşüne veya bir siyasi otoriteye hizmet etmesi olarak ifade edilmiştir. TV kuruluşlarının izleyicilerin ilgisini çekebilmek ve daha kaliteli yayınlar ulaştırabilmek için, teknik açıdan da kendilerini yenilemek durumunda kaldığı görülmektedir. TV'lerin izleyici kitlesini arttırmak ya da var olan kitleyi korumak için mali ve teknik açıdan yatırım yapmak zorunda kaldığı ifade edilmektedir. Konya'da yayın yapmakta olan yerel Televizyon çalışanları, mali ve teknik açıdan kurumlarını yeterli bulmadıklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda görüşmelerden elde edilen yanıtlar çoğunlukla benzerlik göstermektedir. Bu başlık altında araştırmanın nitel verileri yorumlanmıştır.

“Yerel TV’ler mali ve teknik alt yapısıyla alakalı şunları söyleyebilirim; televizyon yöneticileri mali açıdan iyi durumdalarsa ve personellerinin çalışma koşullarını önemsiyorlarsa yatırım yapıyorlar ama durum böyle değilse kurumlar kendi şartlarıyla ayakta kalma savaşı veriyor. Bunu Konya’da 2 televizyon arasında görebiliyoruz. Çalıştığım kurum diğer TV kanalına göre teknik altyapı bakımından çok daha iyi ama daha da iyi olabilir. İnsan kaynağını da göz önüne almalıyız. Sadece teknikle olmaz bu iş kalifiye insanın da olması. Mesela bizim yıllardır konuştuğumuz bu binaya yapılan yatırım yerine teknik altyapı oluşturulsa daha iyi olurdu. Ama yöneticilerin şahsi egolarını tatmin etme çabaları yüzünden teknik altyapıya harcanması gereken kaynaklar gereğinden fazla büyük olan bir binaya aktarılmış oldu. Sen ne kadar teknik altyapı oluşturursan oluştur o pahalı kameraların karşısında yayınlarda kaliteli işler çıkaracak olanlar program yapımcı ve sunucularıdır. Gerçeği kaliteli bir şekilde aktaracak olan, akli maddi zorluklarla meşgul olmayan, duruşuyla, konuşmasıyla bunu aktaracak bir insan yoksa o kamera boşluğu çeker sadece. O yüzden tekneye yatırım ya da cihaza yatırım önemli ama insana yatırım çok daha önemli. Ve bunu da yeterli sayıda çalışan ile teknik açıdan son teknolojiye uygun cihazlarla sağlayabilir içerik üreticileri.”(A.Ş, 45, TV program sunucusu)

Belirli bir dünya görüşü ve siyasi hegemonyayı temsil etmek amacı doğrultusunda kurulan yerel TV’lerde, ekonomik beklentiden ziyade özellikle yerel

TV yöneticilerinin “Medya patronluğu” statüsünü koruma istedikleri, çalışanların iş koşullarının ikinci plana itilmesine sebep olduğu görülmektedir. Konya’da bulunan Yerel TV kuruluşlarının yönetim kurulu üyelerinin çoğunlukla medya sektörünün dışında, kendi mesleklerini icra eden, şahsi işletmelerinden yeterli mali kazanç elde eden kişilerden oluştuğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla yönetimlerini yürüttükleri kurumun ekonomik getirilerine öncelik verilmemesinin mali ve teknik imkânları olumsuz etkilediği görülmektedir.

“Mali ve teknik açıdan teknolojiye yetişmek bu zamanda çok zor. En basitinden rejî ile ilgili ya da diğer birimler ile ilgili bir otomasyon alıyorsun ama ömrü uzun olmuyor aldığın bu teknik alt yapının. Çünkü iletişim alanında, yayıncılık alanında teknoloji çok hızlı ilerliyor. Kut imkânlarına sahip olan yerel TV’lerin teknik altyapıları oluşturmaları oldukça zorlaşıyor. Yani bu meslek her zaman yenilik istediği için özellikle yerelde imkânlar gereği yapılamıyor.”(A.Y, 61, TV Rejî sorumlusu)

“Yerel TV’lerin büyük bir çoğunluğu mali ve teknik açıdan sınırlı kaynaklara sahip. Yerel televizyonlar ulusal televizyon ağlarına kıyasla daha küçük bütçelerle çalıştıkları için mali ve teknik açıdan daha karmaşık bir tabloya işaret ediyorlar.”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

“Mali ve teknik açıdan yerel televizyonlar, gerekli imkânlarla sahip değildir. Çalışanlar, yerel televizyonların mali ve teknik olarak güçlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir.”(M.E, 32, TV program sunucusu)

“Yerel Televizyonlar mali ve teknik açıdan kesinlikle yeterli imkânlarla sahip değil, Teknik açıdan birçok yeniliği takip edemiyoruz. Çünkü dijital ürünler çok pahalı, cihaz yenilediği zaman rejîyi değiştirmek gerekiyor. Bu sebeple olması gereken teknik alt yapıya sahip olamıyoruz.”(S.K, 41, TV program sunucusu)

“Hem mali hem teknik açıdan yerel medya önemli sorunlarla yoluna devam etmektedir. Bir türlü kurulamayan gelir gider dengesi, özellikle uydu yayını yapan kanalların ağır uydu ücretleri ve personel giderleri hatırı sayılır bir mali yük

getirmektedir. O bakımdan yerel medya yeterli mali ve teknik imkânlarla sahip değildir.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Yerel televizyonların mali ve teknik imkânları ile kuruldukları şehirlerin ekonomik büyüklükleri arasında doğru bir orantı olduğu görülmektedir. TV kuruluşlarını ayakta tutan en önemli unsurun izleyici kitlesi olduğu belirtilmektedir. Çalışanlar, hedeflenen izleyici kitlesi oluşmamışsa içerik üretme konusunda kendilerinde isteksizlik oluştuğunu ifade etmektedirler. Hedeflenen izleyici oranına ulaşamamasından dolayı, yöneticilerin daha kaliteli yayınlar için gerekli teknik altyapıyı yenileme gereği duymadıkları görülmektedir. Yerel TV çalışanları, yaygın TV kuruluşları ya da bu mesleği icra edenlerin ifadesi ile ‘İstanbul Medya’sının, kuruldukları ilin stratejik önemi ve ekonomik gücü sayesinde, yerel televizyonlara oranla oldukça iyi bir mali ve teknik altyapıya sahip olduğunu belirtmektedirler. Yerel televizyonların büyük bir çoğunluğunun mali ve teknik açıdan yeterli imkânlarla sahip olmadığı görülmektedir. Yerel televizyonların mali ve teknik açıdan yaşamış oldukları sorunların sebeplerini birkaç başlık altında toplamak gerekirse:

- Yerel televizyonlara yayın yaptıkları bölgede yeterince ilgi gösterilmemesi
- TÜRKSAT’a ödenen yüksek uydu kiralari
- Yerel TV’lerin gelir kaynaklarındaki düşüşler
- Teknik cihazların yüksek maliyetli olması
- Yöneticilerin mesleki bakımdan yetersiz olması
- Kuralsız ve denetimsiz bir şekilde ağını genişleten sosyal medyanın yerel TV’lerin reklam gelirlerini etkilemesi

Yerel televizyonların temel mali kaynaklarının, reklam ve yayınlardan elde edilen gelirlerden oluştuğu belirtilmektedir. Yerel TV’lerin mali kaynaklarının önemli bir kısmını yayın yaptığı bölge ya da şehirden sağladığı görülmektedir. Yerel televizyonlarda diğer mali kaynakların, bütçesel olarak önemli bir yere sahip olmasa da; ulusal kamu spotları, ajanslar tarafından gönderilen ulusal reklamlar ve insani

yardım derneği vb. nitelikte hizmetler sunan kuruluşlardan elde edilen gelirlerden oluştuğu ifade edilmektedir. Konya’da bulunan yerel TV’lerin gelirlerini artırmak için kurumlarında reklam danışmanları istihdam ettikleri gözlemlenmiştir. Çalışanlar, bu alanda çalışmalar yürüten kişilerin genel olarak kurumsal reklamcılık anlayışından uzak olduğu belirtilmektedir. Mevcut yerel TV’ler içerisinde, bünyesinde kısmen kurumsallaşabilmiş bir reklam ajansı bulunan -bir Yerel TV dışında- ajansı bulunan televizyon olmadığı görülmektedir. Reklam danışmanlarının, daha çok reklam kuşağı pazarlamanın dışında profesyonel reklamcılık konusunda yetersiz kaldıkları ifade edilmiştir. Reklam danışmanlarının daha çok kurum ya da firmalar ile kurdukları ikili ilişkiler ve reklam piyasasında edinmiş oldukları sosyal çevrelerini kullanarak çalışmalarını yürüttükleri görülmektedir. Yerel TV’lerde genel olarak reklam filmi yapımları için gerekli mali ve teknik altyapı bulunmadığı için, nitelikli reklam içerikleri üretme konusunda yetersiz kaldıkları gözlemlenmiştir. Nitelikli reklam yapımı konusunda yaşanan sorunun reklam verenlerin beklentilerini karşılamadığı ifade edilmektedir. Yerel televizyonlarda üretilen reklam filmlerinin, izleyici kitlesi üzerinde istenilen etkiyi oluşturmadığını belirtilmiştir. Yerel TV reklâm biriminde çalışanlar, firma ya da kurumların tanıtım için ayırdıkları bütçeden yeterince pay alamadıklarını ifade etmektedirler.

Yerel TV çalışanları, yöneticilerin; kurumlarında çalışan insan kaynaklarının mevcut iş tecrübelerinden, sektör becerilerinden yararlanıp etkili yapım ve organizasyon ajansları oluşturabilme imkânına sahip olduklarını belirtmektedirler. Çalışanlar, kurumlarında bulunan bu alanda çalışan nitelikli insan kaynaklarından yeterince yararlanılmadığını ifade etmektedirler. İş ile ilgili doğru bir planlama yapılırsa, yerel TV kuruluşlarının buldukları şehir ya da bölgede düzenlenen çeşitli organizasyonları gerçekleştirebileceğini belirtmektedirler. Çalışanlar, resmi kurumlar ve ekonomik olarak güçlü olan özel sektör kuruluşları tarafından düzenli olarak gerçekleştirilen fuar, konferans, konser vb. organizasyon çalışmalarının yerel TV’ler öncülünde gerçekleşmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durumda yerel televizyonların, gelir kaynağı oluşturma ve ticari etkileşimlerini arttırarak ekonomik büyüme sağlayabilecekleri ifade edilmiştir.

İçinde bulunduğumuz zaman diliminde sosyal medyanın hızla büyümesinin ve toplum üzerindeki etki gücünü artırmasının TV yayıncılığına olan ilginin azalmasına sebep olduğu görülmektedir. Yaygın ve yerel TV kuruluşları, izlenme oranlarındaki düşüşün bir sonucu olarak reklam getirileri açısından olumsuz manada etkilendiklerini belirtmişlerdir. Sosyal medya tanıtımlarına oranla TV reklam yapım ve yayın maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle daha düşük bütçeli, erişimi ölçülebilen sosyal medya alanındaki tanıtımların tercih edildiği görülmektedir.

Yerel televizyon çalışanları, yaygın TV kuruluşlarının ekonomik olarak güçlü holding ve kuruluşlara ait olduğu için ya da bu ticari kuruluşlarca desteklendikleri için yerel TV'ler kadar mali ve teknik problem yaşamadığını belirtmektedirler. Yerel televizyon çalışanları, yapılan görüşmelerde mali ve teknik açıdan olumsuzluklar yaşadıklarını belirtmişler ve bu durumun giderilebileceğini ifade etmişlerdir. Yerel TV yöneticilerinin ek kaynak sağlamaları gerektiğini belirten çalışanlar, bu kaynakların yayıncılık dışında ekonomik getiriler sağlayacak iş alanları oluşturmakla mümkün olabileceğini düşünmektedirler. Yayın ve reklam gelirlerinde düşüşlerin önüne geçmenin, özellikle yerel TV yönetimlerinin uzak hedefleri arasında olması gerektiği belirtilmiştir. Teknolojinin hızla geliştiği belirten çalışanlar, medya ve medya içerikleri anlayışındaki değişikliklerin toplumun bu alandan beklentilerini farklılaştırdığını ifade etmektedirler. Sosyal medyanın, insanların medya içeriği tercihleri üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir. Mevcut toplumsal anlayış içerisinde, şartlara uyum sağlamanın kısımlarla ayakta kalmaya çalışan bu kurumlar için oldukça zor hale geldiği görülmektedir. Yerel TV çalışanları yakın planda mevcut ekonomik getirilerin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Bu başlık altında oluşan ortak kanıları birleştirdiğimizde yerel TV çalışanlarının, mali ve teknik açıdan daha iyi şartlarda çalışmak istedikleri görülmektedir. Kurum yöneticilerinin mevcut kaynakları iyi kullanamadıkları, teknik altyapı yatırımları yerine bina, bahçe düzenleme, ofis vb. getirisi olmayan yatırımları tercih ettikleri belirtilmektedir. Yerel TV'lerde hala eski yayıncılık ve reklam pazarlama anlayışının hâkim olduğu görülmektedir. Mali ve teknik altyapıya

yeterince özen gösterilmemesi sebebiyle kaliteli içerikler oluşturulmadığı için izleyici kitlesinde azalmaların yaşandığı ifade edilmektedir.

3.10. Televizyon Yayıncılığının Geleceği ve Toplumsal Etkisi

Geleneksel medya araçlarının bir iletişim aracı olarak önemini yitirmeye başladığı görülmektedir. Geleneksel medya içerik sağlayıcıları, medya kuruluşları ve bu kuruluşlarla ilişkili olarak varlığını devam ettiren kuruluşların ekonomik olarak küçülmeye giderek istihdam alanlarını daralttıkları gözlemlenmiştir. Geleneksel medya araçlarının yayınlarını ya da yayımlarını ulaştırdıkları alana göre yaygın ve yerel medya olarak ayrıldığı görülmektedir. Bir iletişim aracı olarak görsel ve işitsel medyanın kitleler üzerinde oldukça önemli olduğu görülmektedir. TV'lerin özellikle yayın faaliyetlerine başladığı ilk yıllarda toplumsal değişim ve dönüşüm üzerinde son derece etkili olduğu bilinmektedir. Özel TV yayıncılığının başladığı ilk yıllardan itibaren yaygın yayın yapan TV'lerin paralelinde yerel televizyonlarında kurulmaya başlandığı ve kuruldukları bölgelerde etkili bir iletişim organı olarak yayınlarını kurdukları bölgede sınırları belirlenmiş bir noktaya kadar ulaştırdıkları görülmektedir. Yerel TV'lerin özellikle yayıncılık anlayışı, aktarılan içerikler ve kitleler üzerindeki olumsuz etkisi açısından yaygın TV'lerden farklı bir yapı arz ettiği ifade edilmektedir. Yaygın yayın yapan televizyonlar izlenme kaygısı uğruna etik ve ahlaki yayıncılık anlayışından uzaklaşabildiği gözlemlenmiştir.

Yaygın medya ile yerel medya yapısal koşulları ve çalışma şartları açısından karşılaştırıldığında yerel medyanın zor bir dönemde olduğu görülmektedir. Günümüzde insanların iletişim tercihlerinde, karşılıklı etkileşime dayalı olan internet tabanlı yeni medyanın etkili olduğu gözlemlenmektedir. Araştırmanın bu bölümünde TV yayıncılığının geleceği, yerel TV'lerin buldukları bölgeye olan etkisi sorularına verilen yanıtlar ile çalışanların duygu ve düşünceleri ekseninde nitel veriler yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışanlar ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bilgiler genel olarak benzerlik göstermektedir.

3.10.1. Konya’da Bulunan Yerel Televizyonların Bölgeye Etkisi

Dünyada ve ülkemizde özel TV yayıncılığı alanında faaliyet gösteren yaygın TV kuruluşlarının çoğalmaya başladığı ilk yıllardan itibaren bölgesel bir ihtiyaç olarak yerel TV kuruluşlarının da paralel bir biçimde yaygınlaştığı görülmektedir. Karasal yayıncılığının olduğu ilk yıllarda Yaygın TV kuruluşlarına göre daha kısıtlı bir alana yayınlar aktaran yerel TV kuruluşları buldukları bölgelerdeki etki alanlarının zamanla genişlediği ifade edilmiştir.

Yerel medyanın, faaliyetlerini yürüttüğü il ya da bölgenin kamusal, sosyal ve politik açıdan düşünce dünyasının inşasında önemli bir aracı durumunda olduğu belirtilmektedir. Yerel medya kuruluşlarının buldukları bölgeye dair izlenimlerin oluşması ve faaliyette bulunduğu bölgede insanların yerel medyaya karşı güven ya da güvensizliğinin oluşmasında oldukça etkili olduğu gözlemlenmiştir. Yerel medyanın kurulduğu bölgedeki toplumun nabzını tutmada, toplumsal faaliyetleri ve güncel gelişmeleri detaylı bir biçimde aktarmada yaygın basından daha etkili olduğu ifade edilmektedir. Yerel medyanın faaliyet gösterdiği bölgede sağlamaya çalıştığı güvenin ve istikrarın oluşup oluşmamasında birçok faktörün etkili olduğu belirtilmiştir. Özellikle yerel medyanın yapısal şartları, çalışma koşulları, belirli alanlardaki sınırlılıkları ve sorunları bu kuruluşlara karşı toplumsal güvenin inşasında önemli faktörler olarak öne çıkmakta olduğu belirtilmektedir(Şen,2020: 18).

Çalışmanın bu bölümünde çalışanlara, Konya’da bulunan yerel televizyonların yayın yaptıkları bölgeye olan etkisi sorusu sorulmuştur. Yerel TV’lerin buldukları bölgeye sosyal, kültürel ve siyasi açılardan etkileri ile ilgili çalışanların duygu ve düşünceleri ekseninde nitel veriler yorumlanmıştır.

“Şimdi uydu yayını üzerinden dünyanın her yerine ulaşabilen Kon TV bölgesel yayın yapan bir TV olarak kurulduğu için İç Anadolu Bölgesi televizyonu gibi algılanır ve bölgede oldukça etkilidir. Aksaray’ın, Nevşehir’in ve İç Anadolu’daki diğer şehirlerin haberi gelir. Bu etkiyi siyasi, sosyal, kültürel açılardan ve daha birçok açıdan değerlendirebiliriz. Yerel TV’ler her noktaya dokunur. Bizim yaptığımız iş haber vermek, duyurmak, kamuoyunu bilgilendirmektir. Yani kamu da

hizmet verir ama memur önündeki kâğıtlar kadar hizmet verir. Biz her alanda hizmet vermekteyiz; programcısı program yaparak habercisi haber yaparak, reklamcısı reklamını duyurarak hizmet verir. O yüzden Anadolu televizyonu olmak Anadolu'ya ulaşmak çok önemli bir şeydir ve biz bunun bilincinde hareket ediyoruz. Yerel TV ve radyolar, Anadolu'nun sesidir; bir köye ulaşmak uzak bir köyde bir insanın çıtır çıtır yanan sobasının yanında seni dinliyor olması, o sesi duymasan bile orada olduğunu biliyor olmak ne kadar güzeldir değil mi? O yüzden Anadolu çok önemlidir, Anadolu ülkenin kalbidir. Aslında biz de tam Anadolu'nun kalbinde yayın yapan bir kuruluşuz. Kamu ve siyaseti de etkilemektedir yerel TV'ler, mesela bir yerel yöneticiyi belirleme, yerel yöneticiyi seçme, bir ilin idari amirlerini denetleme, olumlu ya da olumsuz açıdan haber yapma gibi. Siyaseten toplumu yönlendirme açısından çok etkilidir. Mesela Bir öğretmenin ya bir sağlık çalışanı şiddet olayı gibi haberleri en doğru şekilde haber servisi noktasında biz öncü oluyoruz. Buradan gündem ile ilgili bir rüzgâr estirirsin, her yerden bunun etkisi duyulur, siyaseten de böyledir, biliyor musun? Burada ki bir siyasetçinin etkisi çok daha önemlidir. Buradaki yerel yönetimin, yerel siyasetçinin, milletvekilinin duruşu bile her şeyi değiştirir. Yani yerel medyanın etkileşim gücü sayesinde kamu idarecileri ve yerel yöneticiler de tabiri caizse daha temkinli adımlar atmak durumunda kalır. Yerel TV'ler, üzerlerindeki siyasi baskı nedeniyle çoğu zaman gerçekleri tüm açıklığıyla ifade edemese de bir güç olarak dengeleri değiştirebilir.”(A.Ş, 45, TV program sunucusu)

“Yerel TV'ler yayın yaptıkları bölgede elbette çok önemli bir etkiye sahiptir. Her şeyden önce yayın yaptığı bölge halkıyla daha güçlü bir bağ kurmaktadır. Bu da izleyiciyi daima güncel tutar. Yerel televizyonlar toplumsal sorunlarda farkındalık oluşturma konusunda oldukça etkilidir. Bölgenin kültürüne, tanıtımına ciddi katkıda bulunur. Fakat bu etki gücünün artırılması noktasında; yayın kalitesi, içerik güncellemesi, izleyici taleplerine yanıt verme konusundaki çabanın çok önemli olduğu unutulmamalıdır.”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

Yerel TV'lerin toplumsal birikimini aktarma konusunda önemli bir iletişim aracı olduğu görülmektedir. Çalışanlar yerel TV'lerin, sosyal ve siyasi açıdan bir

kamuoyu oluşmasını sağladığını, bölgelerindeki spor, sanat, kültürün gelişmesinde önemli katkılar sunan yayın kuruluşları olduğunu belirtmektedirler. Konya’da yayın hayatını sürdüren yerel TV kuruluşlarının bir kısmının kuruldukları ilk yıllarda sadece buldukları şehirde yayınlarını sürdürdükleri görülmektedir. Karasal yayıncılığın olduğu bu dönemde Kon TV’nin bölgesel bir televizyon olarak kurulmuş ve İç Anadolu Bölgesi’nin tamamına yayınlarını ulaştırdığı belirtilmiştir. Kon TV’nin sadece bulunduğu şehirde değil tüm bölgenin siyasal dengelerinin, sosyal ve kültürel yapısının inşasında önemli bir rol oynadığı ifade edilmiştir. Günümüzde yerel TV’lerin uydu yayını üzerinden dünyanın her yerine yayınlarını ulaştırabilmesinin önemli bir gelişme olarak belirtilmiştir. Çalışanlar, yerel TV’lerin yurt dışında yaşayan vatandaşlarımıza, şehir ve bölgelerinde yaşanan gelişmeleri ve yerel kültürü aktarmasını toplumsal açıdan gerekli bulduklarını belirtmektedirler. Yerel TV kuruluşlarının bölgede yaşayan halkın kolayca ulaşabileceği, sesini duyurabileceği ortak bir etkileşim noktası olduğu ifade edilmiştir.

Çalışanlar yerel televizyonların, yayınlarını ulaştırdıkları alandaki sosyal ve kültürel yapıyı yansıttığını, bir bölge veya şehrin sesi olma özelliği taşıdığını belirtmektedirler. Bu durumda özellikle kültürel zenginliğin ve çeşitliliğin yoğun olduğu ülkemizde kültürün yaşatılıp, gelecek kuşaklara aktarılması noktasında bir aracı olan yerel TV’lerin önemli olduğu görülmektedir. Yerel televizyonların kuruldukları bölgede bir haber kaynağı olarak en güvenilir kaynak olduğu ifade edilmiştir. Yaygın TV kuruluşlarının özellikle Anadolu’da yaşanan gelişmeleri daha çok ajanslar aracılığı ile duyurdukları belirtilmiştir. Yerel TV çalışanları illerinde ya da bölgelerinde yaşanan tüm gelişmelere bizzat tanık olduklarını, bu gelişmelerin takipçisi oldukları için daha geniş bir saha araştırması sürdürdüklerini ifade etmektedirler.

Yerel TV çalışanları, yaygın TV kuruluşlarının yerel siyasi gelişmeleri daha yüzeysel olarak işlediklerini belirtmişlerdir. Bu açıdan yerel siyasetin şekillenmesinde, politikaların belirlenmesinde yerel medyanın oldukça önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Yerel TV’lerin kuruldukları bölgelerde bulunan kamu yöneticilerinin yapmış oldukları çalışmaların halka duyurulması adına önemli bir amacı üstlendiği görülmektedir. Çalışanlar yerel televizyonların, buldukları

şehirlerde yerel yönetimleri toplum yararına denetleyen bir mekanizma işlevini üstlendiğini ifade etmektedirler.

Çalışanlar, yerel televizyonların buldukları şehir ya da bölgenin tanıtımına da oldukça önemli katkılar sunduğunu belirtmektedirler. Bir şehrin ya da bir bölgenin tarihi ve turistik mekânlarının en ince ayrıntısına kadar tanıtılmasında yerel TV'lerin etkili olduğu ifade edilmektedir. Yerel TV'lerin bölgelerindeki toplumsal ve kültürel zenginlikleri detaylı bir biçimde gezi programları vasıtasıyla aktardıkları belirtilmiştir. Bu içerik türünde yayınlanan programların, bölge insanı için ve genel izleyici için bir yerel gezi kılavuzu olduğu ifade edilmektedir. Çalışanlar, yerel televizyonların buldukları yerde toplumsal bir hareketlilik oluşturduğunu, özellikle şehirde gerçekleştirilen önemli organizasyonların duyurulmasında etkili bir rol üstlendiğini belirtmişlerdir. Ayrıca bir ilin idari veya mahalli yönetimince şehir insanını ilgilendiren duyurularının yapılmasında yerel TV'lerin önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Yerel TV çalışanları, yaşadıkları şehirdeki tüm olay ve gelişmelerin öncesi ve sonrasındaki süreçleri detaylı bir şekilde takip ettiklerini, böylece toplumun açık bir biçimde bilgilendirilmesini sağladıklarını ifade etmektedirler.

“Şu bir gerçektir ki; yerel televizyonlar, buldukları şehir ve çevre illerden hatta uydu aracılığı ile yayınlarını ulaştırıyorlarsa Türkiye'nin dört bir yanından ve pek çok ülkeden ciddi manada takip edilmekte ve yeni izleyiciler kazanmaktadır. Kişiler kendi memleketinden sosyal ve kültürel izler bulabilecekleri programları takip etmekte ve özellikle kendi memleketleri ile ilgili haberleri yerel kanallardan daha çok izlemektedirler.”(E.S.A, TV program sunucusu)

“Yerel TV'ler başarısı oranında yerel düşünmeyip, kendini sınırlandırmamışsa ve yayın hayatını istikrarlı bir şekilde sürdürmüşse, hedef kitlesini belirler ve istikrarı onu hedef kitlesini hep elinde tutmasına imkân sağlar. İzleyici, yaşadığı kentle ilgili haberi en doğru şekilde yerel kanaldan alacağını biliyorsa, o kanal her daim evlerde ilk tercih edilen kanal olur. ”(K.A, 48, TV haber programı sunucusu)

Çalışanlar, yaşadıkları şehirdeki yerel TV izleyicilerinin tercihleri noktasında çalıştıkları kurumlara olan güvenin belirleyici olduğunu ifade etmektedirler. Yerel TV’lerde haber yayınlarının ve haber içerikli programların daha yoğun bir şekilde takip edildiği gözlemlenmiştir. TV’lerin izleyici hedef kitlesini belirlemede kuruluş amacının etkili olduğu görülmektedir. Yerel TV’lerin daha çok yayın yaptıkları bölge insanının ilgisini çekebilecek içerikler ürettiği gözlemlenmektedir. Bu sayede hem mevcut izleyici kitlesini korumaya çalıştıkları hem de bu izleyici kitlesini arttırmak için yerel içerikli haber ve programlara öncelik verdikleri görülmektedir. Ayrıca yerel TV’lerin içerik ve yayınların aktarılmasında, kuruldukları bölgede yaşayan insanların toplumsal hassasiyetlerini göz önünde bulundurdıkları belirtilmektedir.

“Yerel televizyonlar, yayın yaptıkları bölgede önemli bir etkiye sahiptir. Çalışanlar, yerel televizyonların bölge halkının haber alma, bilgilendirme ve eğlendirme konusunda önemli bir rol oynadığını düşünmektedir. Yerel televizyon çalışanları her ne kadar mesleki açıdan zorlu koşullarda çalışsa da, çeşitli sorunlarla mücadele etse de bölgelerinde özverili bir şekilde içerikler aktarmakta, sosyal ve kültürel açıdan bir etkileşim sağlamaktadır. Çalışanlar, mesleki anlamda daha iyi bir çalışma ortamı, daha fazla hak ve özgürlük talebinde bulunmaktadır.” (M.E, 32, TV program sunucusu)

“Yerel televizyonlar yayın yaptıkları bölgede çok etkilidir. Çünkü insanlar genel anlamda kendi bölgelerinin kendi illerinin ilçelerinin haberlerini genel içerikli yayın yapan ulusal ve uluslararası kanallardan takip edemezler. Konya örneğinde yola çıkacak olursak; ulusal medyada Konya ile ilgili haftada bir veya iki tane haber çıkar ama bu Konya’da haber olmuyor anlamına gelmez. Konya haberi de ya büyük bir trafik kazası olacak ki çıksın veya çok büyük bir adli olay, adaletle ilgili yani. Yani asayişle ilgili bir mesele olursa Türkiye’nin de dünyanın gündemine girer. Onun dışında ulusal veya uluslararası gündeme girmez ama Konya’da veya Türkiye’nin herhangi bir ilinde veya dünyanın herhangi bir noktasında o kadar çok haber oluşur ki. Buralarda da hayat devam ediyor. Buralarda da belediyeler çalışıyor. Buralarda da insanların birçok sorunu var. Bunları kim dile getirecek? Tabi ki yerel kanallar.

Zaten yerel kanallar, yerel gazeteler veya yerel internet haber siteleri bunları tespit edip ortaya çıkarmak amacı ile kurulmuştur. ”(N.B, 54, TV genel koordinatörü)

“Yerel televizyonda çalışanlar demek, bölge halkının çocuğu kardeşi abisi ablası olmak demektir. Halkın içindedirler ve bölge halkı ile iletişimleri çok daha sıcak ve aktiftir. Bundan dolayı, ekrana çıkan yüzler veya kamera arkasında olanlar aslında bölgenin bir nevi sözcüsüdür. Bölge halkının modüler bir yapısı, yerel televizyonda mevcuttur. Halk da bunu gayet iyi bilir ve yerel televizyonları mutlak sıkı takip eder. İletişimini eksik etmez. “-Çay içmeye uğradık” diye çıkıp gelen izleyiciler vardır mesela. Yerel televizyonlar, o şehrin veya bölgenin sesidir, şehrin takımının savunucusudur, halkın neyi neden istediğini bilendir.”(R.Z, 39, TV program sunucusu)

Yerel televizyonların, bölge halkının yaşadıkları yerde olan gelişmelerden haberdar olmasını sağlama konusunda önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Günümüzde insanların iletişim tercihleri ve habere ulaşma kaynaklarında değişiklik olsa da yerel TV'lere bir haber kaynağı olarak güven duyulduğu belirtilmektedir. Toplumun, basın-yayın kuruluşları ile karşılaştırıldığında denetimden uzak bir iletişim alanı olan internet ve sosyal medya paylaşımlarında yer alan haber ve içeriklere daha az güven duyduğu görülmektedir. Yerel TV'lerin haber yaparken bir ekip çalışması gerçekleştirdikleri, haber ile ilgili kurum ve kuruluşlardan teyitler aldıkları ve sorumlu bir yayıncılık anlayışına sahip oldukları gözlemlenmiştir. Ayrıca yerel TV'lerin haberin kaynağına ulaşma konusunda titizlikle çalışmalar yürütmekte oldukları ve haberi kaynağından aktardıkları görülmektedir. Yerel TV'lerde haberler yapıldıktan sonra, haber metninin ilgili birim müdürü tarafından incelendiği ve son olarak TV genel yayın yönetmeninin onayına sunulduğu gözlemlenmiştir. Yayıncı kuruluşun idari personeli tarafından denetimi yapıldıktan sonra yayınlanan haberlerdeki hata oranının oldukça az olduğu görülmektedir.

Çalışanlar, yerel TV'lerin yayın yaptıkları bölgeyi ilgilendiren haberleri üretme ve yayınlarında yer verme açısından yaygın TV'lere göre daha etkili olduğunu ifade etmektedirler. Yaygın TV'lerin haber kuşaklarında çok önemli olaylar dışında bölgeyi ilgilendiren haberlere yeterince yer vermedikleri ifade

edilmiştir. Yerel TV'lerin buldukları bölgede yaşanan tüm gelişmeleri oldukça detaylı ve daha geniş zaman diliminde izleyicilere aktardıkları gözlemlenmiştir. Bölge insanının sorunlarını tam ve geniş bir şekilde ifade etmesi bakımından yerel TV'lerin yayın yaptıkları yerlerde oldukça önemli olduğu ifade edilmektedir.

Yerel televizyonların yayınlarını ulaştırdıkları izleyicilere; eğitim, sağlık, kültür, din vb. yaşama dair bilgilerin aktarılmasında önemli bir işleve sahip oldukları gözlemlenmiştir. Yerel TV program yapımcı ve sunucuları alanında uzman konukları programlarında konuk ettikleri yayın esnasında, izleyicilerin konu ilgili birçok soru yönelterek bilgilendiklerini ifade etmektedirler. Özellikle eğitim, sağlık ve din konularında yapılan canlı programlarda izleyicilerin yoğun olarak sorular sormak suretiyle geri dönüş sağladıkları gözlemlenmiştir. Gündüz kuşağında yayınlanan programlarda izleyici kitlesi göz önüne alınarak yemek tarifleri, dikiş-nakış gibi içerikler de üretilerek izleyiciler ile yoğun bir etkileşim içerisine girildiği görülmektedir. Yerel TV program yapımcı ve sunucuları zaman zaman çeşitli organizasyonlar vasıtası ile bir araya gelerek samimi ortamlar oluşturduklarını ve olumlu bir etkileşim süreci yaşadıklarını belirtmektedirler.

Yerel TV'lerde özellikle eğlence içerikli programların izleyiciler tarafından ilgiyle takip edildiği ifade edilmektedir. Yerel ve bölgesel sanatçıların konuk edildiği canlı yayınlarda; yöreye özgü türküler, folklorik içerikler ve kültürel nitelikte halkın ilgisini çeken unsurların yaşatılıp gelecek kuşaklara aktarılmasında yerel TV'lerin önemli bir rol üstlendiği belirtilmektedir. Çalışanlar bu tür içeriklerin, bölge insanına hitap etmesi açısından yoğun olarak takip edildiğini ve yurt dışında yaşayan yöre insanı tarafından da ilgiyle izlendiğini ifade etmektedirler.

“Yerel TV'lerin bölgeye olan etkisi konusu en tartışmalı konulardan biridir. Medyadaki dijital dönüşüm ve yeni medyanın toplum üzerinde etkili bir hal alması, yerel medyanın etki alanını daralmıştır. Ancak Anadolu medyasının lokomotif gücü Kon TV ve benzeri yayın organları ve grupları istisna, köklü yayın kuruluşlarının henüz yerel etkinlikleri devam etmektedir. Bölgesel siyasi dengeler, sosyal dengeler, farklılıklar yerel TV'lerin etkinlik kapsamını, derecesini etkileyen unsurlardır.”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Yerel TV'lerin yapısal koşulları ve çalışma şartları açısından zor bir dönemden geçtiği ifade edilmektedir. Özellikle medya anlayışındaki değişikliğin, geleneksel bir medya aracı olan TV içerik ve yayınlarına ilginin azalmasında etkili olduğu görülmektedir. Çalışanlar, yerel TV'lerin yaşadığı tüm sorunlara rağmen yayın yaptıkları bölgenin farklı açılardan şekillenmesinde etkili olduğunu düşünmektedirler. Kuruldukları bölgenin yerel TV'lerin etkisi üzerinde belirleyici bir unsur olduğu ifade edilirken köklü bir yayıncılık geleneği ve geçmişi olan bazı kurumların günümüzde de hala önemli bir konumda olduğu belirtilmektedir. Ayrıca yerel televizyonların sadece yoğun izlenme kaygısı taşımadığı belirtilerek milli ve manevi değerleri, toplumsal kültürü gelecek kuşaklara aktarma noktasında hassasiyet gösteren bir yayın politikasına sahip olduğu ifade edilmiştir. Çalışanlar, kurumlarının yayın ve içeriklerinde toplumsal ahlaki unsurlara ve inanç ile ilgili hassasiyetlere özen göstermesi bakımından birçok yaygın TV kuruluşundan ayrıldıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun sonucu olarak bölge halkının yerel TV kuruluşlarını daha çok sahiplendiği gözlemlenmiştir.

3.10.2. Televizyon Yayıncılığının Geleceği

TV yayıncılığının ortaya çıkışına baktığımızda bir enformasyon toplumu oluşturma hedefinin olduğu görülmektedir. Geleneksel medya araçları içerisinde televizyonun, etki alanı ve etki gücü bakımından toplumu şekillendirme hususunda farklı bir konumda yer aldığı belirtilmektedir. Televizyon yayınlarının başladığı dönemlerde tek yönlü olarak geniş kitlelere ulaşan mesajları ile her toplumsal katman ve her yaş grubundan insanın fikir dünyasını şekillendirmede etkili olduğu bilinmektedir. Çocuk gelişiminde en az aile ve sosyal çevre kadar etkili olan televizyonun; izleyiciler üzerinde bağımlılık yaratan, popüler kültür unsurlarını topluma tek yönlü olarak dayatan yönüyle özellikle çocuklar üzerinde olumsuz etkileri olduğu ifade edilmektedir. Televizyonun, bilincin yönetilmesinde etkili olan bir iletişim aracı olduğu belirtilmektedir. Siyasi ve İktisadi egemenliği bulunan güçlerin çıkarları doğrultusunda üretilen mesaj ve içerikler yoluyla gerçeklerin çarpıtıldığı bir enformasyon düzenine hizmet ettiği görülmektedir. Televizyon

aracılığıyla sunulan mesajların anlık tüketilen içeriklerden ibaret olmadığı, sürecin insan ilişkilerine de yansıdığı belirtilmiştir (Yılmaz, 2020: 98-99).

TV yayınları insanlara; bilgi, kültür ve eğlence sağlıyor gibi görünse de aslında aktarılan mesajlar, yayın ve reklam içerikleri ile kitleleri etki altına aldığı, kitlelere “yeni bir dünya düzeni” sunduğu belirtilmektedir. Kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi sonucu oluşan enformasyon toplumunda, o toplumdan farklı düşünenlerin bir yalnızlığın içine ittiği görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının içerisinde günümüz kitlelerini sosyal ve kültürel olarak şekillendirme noktasında şu anda en etkin olan medya türünün, internet tabanlı olan yeni medya olduğu görülmektedir. Mesajı ileten ile mesajı alanın iletişim halinde olduğu, kişilerin kendilerini sürece dâhil ettiği bir etkileşimi ifade ettiği gözlemlenmektedir. Bu yeni medya anlayışının, insanların kitle iletişim aracı tercihlerinin değişmesine sebep olduğu ve geleneksel medyanın etki gücünü azalttığı görülmektedir.

Geleneksel medya araçlarından televizyonun, yeni medyanın hızla gelişip yaygın hale gelmesiyle bir iletişim aracı olarak tercih edilme sıklığının azaldığı görülmektedir. Günümüzde internet tabanlı yeni medya sosyal hayatın bir parçası haline geldiği ifade edilmiştir. Yerel TV çalışanları, toplumun önemli bir kesimi tarafından güven duyulan iletişim araçlarının başında yine geleneksel medya araçlarının bulunduğu belirtmektedirler. Konya’da bulunan Yerel TV çalışanlarına ile televizyon yayıncılığının geleceği ile ilgili görüşmeler yapılarak nitel veriler yorumlanmıştır. Çalışanlar ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bilgiler genel olarak benzerlik göstermektedir.

“Yerel televizyonların geleceği ile ilgili güzel düşünceler içinde olabilecek bir rahatlık yok. Bu alanda çalışan nitelikli personel ekonomik koşullar ve işleyiş ile ilgili yapısal sorunlar nedeniyle zaten sektörden başka bir yerde iş bulduğunda gidiyor, gitmek istiyor. Mesleğe başladığımız ve yerel TV’lerin daha çok ilgi gördüğü ilk yıllarda maddi kazanç yetersiz de olsa mesleğin bir değeri vardı. Şimdi sektördeki sorunlar nedeniyle ancak iş bulamayan, lisede ve üniversite okuyan öğrenciler sektörde çalışıyor. ”(H.B, 46, TV program sunucusu)

“Ne yazık ki gerek çalışanlar, gerek staj yapanlar artık bu meslekten çok umutlu değil. Görünüşte imkânları çokmuş gibi görünen bu mesleğin artık cazibesi kalmadı. Özellikle yerel TV’lerin izleyici oranındaki düşüş ve insanların medya anlayışındaki değişiklikler mesleğin geleceğinin sorgulanmasına sebep oldu. Mesleğe ilk başladığımız yıllarda çalıştığımız kuruma olan ilgi ve izleyici geri dönüşlerindeki yoğunluk artık görülmemekte. Sosyal medyanın bu kadar etkili olmadığı dönemlerde insanlar ekrana çıkmak için, programlarımızda yer almak için can atıyorlardı. Çünkü özel TV yayıncılığının ilk dönemlerinde popüler olmanın yolu ekrana çıkmaktan geçiyordu. Fakat günümüzde sosyal medyada kontrolsüz bir mecrada, insanlar popülerlik uğruna türlü hallere girmekte. Yani herkes kendini etkileşim halinde olduğu sosyal çevresine artık sosyal medya aracılığı ile ifade etmekte. TV yayıncılığının etik ilkeler çerçevesinde denetim altında olması ve içerik üretiminde kontrolsüz bir alan olan sosyal medya gibi hareket alanı bulamaması izleyici ilgisini azaltmıştır.”(E.S.A, 42, TV program sunucusu)

“Yerel televizyon çalışanları dijitalleşen dünyada geleneksel medyanın ömrünün bitmek üzere olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla mesleki olarak bir gelecek vaat etmediğini düşünüyorlar. Hatta yerel TV adına yapılan yatırımlar, ölü yatırım olarak nitelendiriliyor. Ben de açıkçası bu mesleği yapan arkadaşlarım gibi yerel televizyonların geleceğinin pek de parlak olmadığı kanaatindeyim. Çünkü sosyal medya etkileşim açısından oldukça yoğun bir tercih sebebi haline geldi. Bu durum toplumsal ve ahlaki açıdan bir çöküntüyü de beraberinde getirdi. Artık toplumun ahlakını alt üst edecek görüntüler herkesin cebinde taşıdığı bir cihaza sığdırıldı. Cinselliğin, saldırganlığın ve popüler kültürün her zaman insanların ilgisini çektiğini düşünürsek belirli çerçevede toplumsal hassasiyetlere önem veren TV yayınlarına olan ilginin azalması doğal bir sonuçtur aslında.”(M.E, 32, TV program sunucusu)

“Televizyon Yayıncılığı ile ilgili genel olarak sektördeki değişimlere ayak uydurabilmek izleyici ihtiyaçlarına cevap verebilmek için esneklik, yaratıcılık ve teknolojik bilgi gerekliliği şarttır. Dijitalleşme, yenilikçi içerik üretme, hızlı ve etkili haber akışı ve hedef kitleye ulaşım son yıllarda önemli başlıklar olarak karşımızda duruyor. Çok hızlı bir değişim ve dönüşüm söz konusu. Bu yeni medya anlayışındaki

formatlara uyum sağlayabilmek yine en çok finansal durumla bağlantılı diye düşünüyorum. ”(C.U, 38, TV haber sunucusu)

“Yerel TV’lerin geleceği ile ilgili diğer çalışma arkadaşlarım nasıl düşünür bilmiyorum ama ben her daim yeniliğin öldürücü etkisine inandım. Teknoloji geliştikçe, bazı meslekler ölmeye mahkûm olacak. Bu, yerini başka mecraların alacağıyla sınırlı değil. Kanallar çoğaldıkça, alternatif arttı. Ve bu durum rekabeti de arttırdı. Ama rakipleri geçmenin yolu daha başarılı projelerden geçmeliyken, kullanılan dili de yapılan programlar da basitleşti. Yani kaliteden ödün vermekle televizyonculuk zaten ölme noktasına geldi. Geleceğimizi, zamana ayak uydurmaya çalışırken biz öldürdük. ”(K.A, 48, TV haber programı sunucusu)

“Sosyal medya ve dijital platformlardan dolayı ortaya çıkan bir algı var, televizyonculuk artık bitiyor deniliyor. Evet, güncelliği yakalayamadığı için, gençleri sosyal medyadan ekranlarına çekemediği için kendi kendini bitirdi TV’ler. Ayrıca yerel TV’lerde emeğin karşılığının alınmaması ve işleyiş açısından yaşanan sorunlardan dolayı bu meslek artık bitti düşüncesi hâkim. ”(R.Z, 39, TV program sunucusu)

Çalışanlar, yerel televizyon yayıncılığının sürdürülebilirliğinin mevcut şartlarda mümkün olmadığını düşünmektedirler. İnternet tabanlı yayınların, özellikle sosyal medyanın TV yayıncılığına olan ilginin azalmasına sebep olduğunu ifade etmektedirler. Fakat bu durumun sosyal medyanın kaliteli içerikler sunması ile ilgili olmadığını düşündükleri görülmektedir. Sosyal medyanın; cinsellik, saldırganlık, popüler kültür öğeleri gibi birçok unsurun kullanılarak insanların ilgisini çekmesi için özel olarak tasarlanan içerikler sunduğu belirtilmektedir. Televizyon yayıncılığının geleceğini, sektördeki değişimlere uyum sağlayarak izleyicilerin yeni medya anlayışındaki beklentilerini karşılanmasına bağlı olduğu ifade edilmiştir.

Çalışanlar yerel TV’lerin, yeni medya anlayışına uygun içerikler üretme konusunda daha aktif olması gerektiğini belirtmektedirler. Yerel TV’lerin özellikle dijital ortamlarda etkileşim açısından çok zayıf olduğu, hedef kitleye ulaşma konusunda daha etkili olması gerektiği görülmekte. Yeni medya anlayışındaki yayın

formatlarına uyum sağlanmasının ve insanların ilgisini çekebilecek içerikler sunulmasının finansal olarak desteklenmesi gerektiği ifade edilmektedir. Yerel TV yöneticilerinin, özellikle yeni medya alanındaki gelişmeler doğrultusunda içerikler üretilmesiyle ilgili çalışanlarla istişare etmek için toplantılar tertip ettiklerini belirtmektedirler. Çalışanlar, yerel TV'lere olan ilginin azalmasında sosyal medya içeriklerinin daha kolay ulaşılabilir ve TV yayınlarına göre daha çok ilgi çekici olmasının etkili olduğunu ifade etmektedirler.

“Yerel televizyonların geleceği ile ilgili ilk cümlem; sosyal medya geldi, mertlik bozuldu. Yerel televizyon artık bitti falan deniyor. Artık her köşede, her köyde, her bucakta internet var diye düşünülüyor. Fakat kaynağı belirsiz olan bu sosyal medyaya nasıl güveneceğiz? Ne olursa olsun akşam haberde doğru haberi duymak istiyor insan. Hala doğru habere o doğru kaynağa ulaşmak için özellikle yerel televizyonlarda özellikle bizim televizyonumuzda, yani vali kar haberini açıklasa da Kon TV haberinden dolayı okullar gerçekten tatil mi diye burayı arıyor. Yani hala bir güvenilirliği var. Çünkü sosyal medyada bilgi çarpıtma ve çok fazla yalan haber, yalan algı çok fazla ama televizyondaki özellikle bizim televizyon gerçekten çok duruşu olan bir kurum. Yerel TV yayıncılığının geleceği hani biraz umutsuz gibi görünüyor ama yaşayıp göreceğiz tabi. Bu gazeteler içinde geçerli aslında. Ya kapanacak bitecek ya da tamamen internet ortamında varlığını sürdürecektir. Belki televizyonda başka bir değişim yaşayabilecektir, ama televizyon bitmeyecektir. Televizyon yayınının bitmeyeceğini düşünüyorum.” (A.Ş, 45, TV program sunucusu)

“Televizyon yayıncılığı ile ilgili iyi şeyler düşünüyorum. Çünkü televizyonun İkinci Dünya Savaşından sonra yaygın bir şekilde dünya kamuoyunda tüm insanlık tarafından takip edildiğini biz biliyoruz. TV yayıncılığının ülkemizde yaygınlaşması 1970 ve 1980'li yılları bulmuştur. İnsanlar işte bu Türkiye'de 50 dünyada ise 70-80 yıllık bir serüven sonunda genel yayın yapan televizyonlardan birazda bıktılar. Daha tematik kanallar insanları daha çok cezbedebiliyor. Çünkü genel kanallarda yani ulusal ve uluslararası kanallarda artık her şey birbirinin aynısı olmaya başladı. TV Yapımları ve diziler birbirlerinden aynı senaryoyu çalıyorlar, birbirlerine benzemeye

başladılar. Haberler ajans haberciliğine döndü. Dolayısıyla insanlar biraz daha yereli merak ediyorlar. Köy yaşamını merak ediyorlar, dağları, yayla yaşamını... Onun için yerel medyanın geleceğini, özellikle internet medyasının da biraz hızlanması ve artık yerelde de olsa bir internet haber sitesinin dünyanın dört bir tarafından maliyetsiz bir şekilde veya en az maliyetli takip edilebileceğini göz önünde tutarsak ben yerel medyanın geleceğini parlak görüyorum. ”(N.B. 54, TV genel koordinatörü)

“Yani ben her zaman şunu düşünüyorum, yerel medya hiç bir zaman bitmez yani özellikle ana akım medya hiç bir zaman bitmez. Geleceği hakkında da şunları söyleyebilirim; dijital medyanın gelişmesi ve belki de yerel TV’lerin dijital dünyaya katkısı bile olabilir. Çünkü yerel TV’ler de dijital ortamda varlıklarını sürdürmek ve içeriklerini ilgi çekici hale getirebilmek için birçok çalışma yapıyor. İnanıyorum ki insanlar zamanla yerel TV’lerin dijital platformda oluşturduğu özgün içeriklere daha çok ilgili gösterip bu içerikleri daha çok takip edeceklerdir.”(S.K, 41, TV program sunucusu)

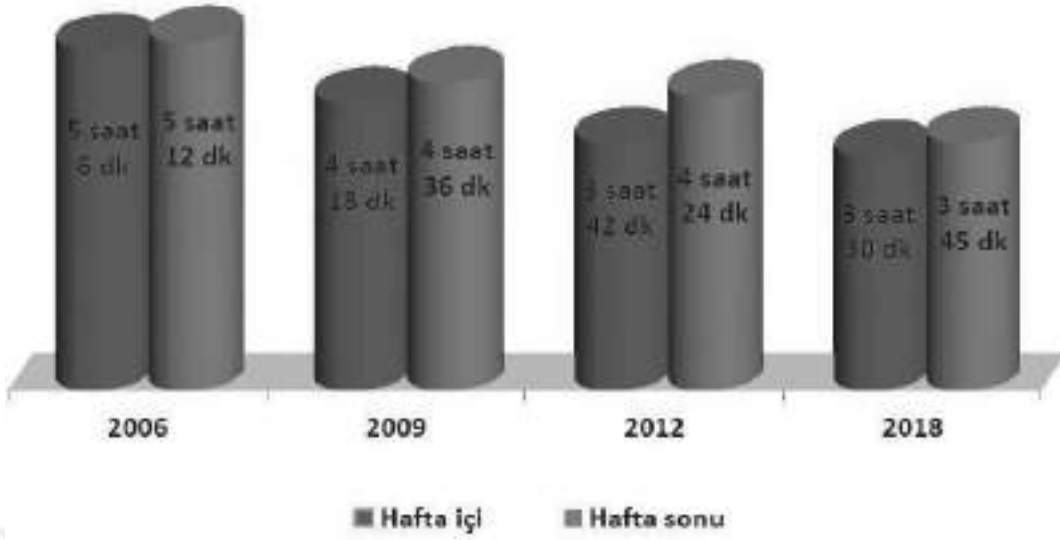
“Kısa ve orta vadede TV yayıncılığının devam edeceği kanaatindeyiz. Sosyal medya her ne kadar hızla büyümüşse ve televizyonlara olan ilgiyi azaltmış gibi görünse de TV yayınları kaynak doğruluğu ve güvenilirlik açısından takip edilmekte. Sonuçta Toplumun her kesimi sosyal medya kullanıcısı değil ve hali hazırda en kolay ulaşılan ve takip edilen seçenek televizyon yayınlardır. ”(Y.T, 48, TV genel yayın yönetmeni)

Yerel televizyon çalışanları, sosyal medyanın varlığını TV yayıncılığının geleceği açısından bir tehdit olarak görse de bu yeni medyayı, sektörün tamamen sonunu getirecek bir unsur olarak görmemektedir. Özellikle sosyal medyada üretilen içeriklere insanların güven duymadığını, kaynak güvenilirliği açısından hala TV yayınlarının referans alındığını belirtilmektedir. Çalışanlar yerel televizyonların dijital ortamda varlıklarını hissettirmeleri gerektiğini, bunda zamanla gerçekleşeceğini düşünmektedirler. Yerel ve bölgesel kültüre dair özgün içeriklerin üretilmesi ile yerel TV yayınlarının ilgi çekici hale gelebileceği ifade edilmiştir. TV’lerin kendi mecralarında yayıncılığa başladığı ilk yıllardan itibaren genel yayın

formatının dışına çıkarak tematik kanallarla çeşitlendiği belirtilmiştir. Zamanla birbirine benzeşen içerikler dolayısıyla TV yayınlarına insanların ilgisinin azaldığı ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile televizyonların izleyici kaybetmeye başladığı görülmektedir.

TV'lerin insanlara tek yönlü bir etkileşim tercihi sunması ve geleneksel reklam-tanıtım anlayışı ile ekonomi üzerinde etkisini sürdürdüğü görülmektedir. Yeni medyanın sunduğu karşılıklı etkileşim sayesinde her alanda etkili olduğu görülmektedir. Yeni medyanın toplumun ilgisini çeken reklam içerikleri sayesinde reklam-tanıtım anlayışında değişiklikler oluşturduğu gözlemlenmiştir. İnternet tabanlı etkileşim ile ekonomik faaliyetlerin gerçekleşmesinde değişikliklere zemin hazırladığı belirtilmektedir. Yeni medyanın, ekonomiyi canlandırma açısından çok önemli bir yere sahip olduğu belirtilmektedir. Belirli bir kurumsal yapıya sahip işletmelerin yaptığı e-ticaretin yanında bireysel alış-verişin de yeni medya ile mümkün olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca hem siyaset alanında, hem eğitim alanında aktif olarak kullanılan ve etkileşim açısından büyük kolaylıklar sağlayan yeni medya toplumun vazgeçilmez bir iletişim aracı haline dönüşmüştür(Çağlak, 2020: 14).

Yeni medyanın toplumun önemli bir kesimini etkisi altına alması sonucunda insanların televizyon izleme alışkanlıklarında belirgin bir değişim gözlenmektedir. Aşağıdaki grafikte Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu(RTÜK) tarafından 2018 yılında oluşturulan televizyon izleme eğilimleri araştırmasından çıkan sonuçlar görülmektedir.



Şekil 3.1. RTÜK 2018 Yılı Televizyon İzleme Eğilimleri

Kaynak: www.rtuk.gov.tr (erişim tarihi: 02.11.2023)

Televizyon yayıncılığının, özellikle 2000’li yıllardan sonra gelişme gösteren internet teknolojilerini kullanımının yaygınlaşması, internet ve bilgisayarın kitlelerin ilgisini çekmeye başlamasıyla birlikte toplumsal etkisinin azaldığı görülmektedir. Televizyonlar varlığını sürdürebilmek adına ürettikleri içerik ve programları, internet ve yeni medya alanında sunmaya başlamışlardır. Günümüzde etkisini halen sürdüren televizyonlar yeni medya karşısında üstünlüğünü kaybetmemek adına hala bir arayış içerisinde.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İletişim, insanların bir arada yaşamasının doğal sonucu olarak ortaya çıkan bir olgudur. Özellikle kitle iletişiminde yaşanan gelişmeler sayesinde insanlar, toplumsal bir varlık olarak içinde yaşadığı dönemin güncel gelişmelerinden haberdar olmaktadır. Bu durum insanların yaşantısına etki etmekte ve yaşanan toplumsal olaylar ile ilgili kanaatlerini etkilemektedir. İçinde yaşanan çağın gerektirdiği etkileşim ve ihtiyaçlar neticesinde, iletişim ile ilgili birbirinden farklı çalışma alanları ve meslekler ortaya çıkmıştır.

Gazete ve dergi gibi yazılı basın organlarıyla başlayan kitle iletişim süreci, elektronik teknolojisi alandaki gelişmelerin iletişim alanında değerlendirilmeye başlanmasıyla birlikte üretilen mesajların, daha geniş kitlelere ulaşması konusunda çok ciddi bir ivme yakalanmıştır. Özellikle radyo ve televizyon gibi işitsel ve görsel iletişim araçlarının icat edilmesi mesafe kavramını ortadan kaldırmış ve aynı anda çok geniş kitlelere erişilen yeni bir iletişim biçimi meydana gelmiştir.

Görsel ve işitsel medya, kitle iletişimi açısından diğer medya türlerine göre daha çok duyuya hitap etmesi bakımından yoğun bir toplumsal etkiye sahiptir. Görsel ve işitsel medya ifadesinden ilk akla gelen iletişim aracının, görüntü ve sesi birleştiren, özellikle bu alanda faaliyetlerine başladıkları ilk yıllarda kitleleri etkisi altına alan televizyon olduğu görülmektedir. Günümüzde televizyon yayıncılığının, internet tabanlı yeni medya karşısında, kitle iletişiminin en köklü iki organı olan gazete ve radyo gibi etki gücünün azaldığını gözlemlenmektedir. Yaygın ve yerel TV kuruluşlarının, karşılıklı ve hızlı etkileşimi mümkün kılan, erişimi ölçülebilen, toplum üzerindeki etki gücü oldukça yüksek olan yeni medya karşısında varlığı sorgulanır hale gelmiştir.

Her meslek, toplumsal açıdan ve mesleği icra eden yönetici ve çalışanlara göre farklı açılardan algılanmaktadır. Mesleki algı; işin türüne, önemine, içinde bulunulan zaman dilimine ve toplumsal hayata etkisine göre değişebilmektedir. Çalışma alanı olarak insanlık tarihi kadar eski olan iletişim ile ilgili bir meslek

grubunda çalışanların algıları ve mesleklerini nasıl icra ettikleri ile ilgili duygu ve düşünceleri bu alanda yaşanan sorunların bir dışavurumudur. Bu bakımdan özellikle yerel televizyon çalışanlarının sorunları, mesleğin yerelde sürdürülebilirliği ile ilgili önemli sonuçlar ortaya çıkarmaktadır.

Mesleğin gerçekleşme koşulları yayıncı kuruluşun bulunduğu şehir ile doğrudan ilişkilidir. Konya'da bulunan yerel TV çalışanlarının, bölge insanı ile derinlemesine bir iletişim içerisinde olarak çalışmalarını sürdürdükleri görülmektedir. TV program sunucuları, ekran gerisinde yaşanan problemleri ekrana yansıtmadan sunumlar gerçekleştirdiklerini belirtmektedirler. Program yapımcı ve sunucuları yapmış oldukları programlar ile aynı şehirde bulunan diğer yerel TV'lerde yapılan programların içerik açısından benzeşmemesine özen gösterilmektedir. Ayrıca yerel TV program sunucuları kurumdaki diğer program ve yayınların konu ve konuklarının çakışmamasına özen göstermektedirler

Konya'da bulunan yerel televizyon çalışanları, mesleki olarak yaşadıkları tüm zorluklara rağmen buldukları bölgenin birikimlerini aktarmada yerel TV'lerin oldukça etkili olduğunu belirtmişlerdir. Yerel TV'ler, mahalli idarelerin çalışmalarının aktarılması ve siyasetçilerin tanıtımının halka ulaşmasında dolayısıyla bölge insanının siyasi tercihlerinin şekillenmesinde etkilidir. Yerel TV'lerin sosyal ve siyasi açıdan bir kamuoyu oluşmasını sağladığı, bölgelerindeki spor, sanat, kültürün gelişmesinde önemli katkılar sunduğu görülmektedir. Yerel TV'ler kuruldukları bölgenin tanıtımına-köy ve kasabalarına kadar- oldukça detaylı bir şekilde yer verdikleri için bölgelerini tanıtıcı bir kılavuz niteliğindedir. Çalışanlar yerel TV'lerin yayın içerikleri oluştururken sadece izlenme kaygısı içerisinde olmadıklarını, milli ve manevi değerlerin ve toplumsal kültürün aktarılması hususunda titizlik gösterdiklerini ifade etmektedirler. Yerel TV'ler buldukları bölgenin mahalli sanatçılara ve bölgeye özgü folklorik türde içeriklere yer verdikleri için yerel kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Yerel TV'ler buldukları şehirlerde yerel yönetimleri toplum yararına denetleyen bir mekanizma pozisyonunda bulunmaktadır. Ayrıca yerel televizyonlar,

bir ilin idari veya mahalli yönetimlerce iletilmesi toplumsal açıdan önem arz eden duyurularının halka ulaşmasında aracı görevini üstlenmektedir. İzleyiciler yerel TV'ler ile kolayca iletişim kurabildikleri için programlara konuk olan uzman kişilerden daha çok istifade edebilmektedirler. Yerel TV'lerde haber yayınlarının ve haber içerikli güncel yayınların daha yoğun takip edildiği gözlemlenmiştir. Yaygın TV'lerin yerel TV'lere oranla sadece çok önemli toplumsal olay niteliğindeki haberlerin dışında yayınlarında şehir ve bölge haberlerine fazla zaman ayırmadıkları görülmektedir.

Çalışanlar, yerel TV'lerde haberin oluşturulma sürecinde birçok yönetici denetiminden geçtiği belirtmekte ve sosyal medyada yer alan kaynağı belirsiz olan haber niteliğindeki paylaşımlara göre, halkın yerel TV haberlerine daha çok güven duyduğunu ifade etmektedir. Aynı zamanda bu yayıncı kuruluşlar, buldukları bölgedeki olayları, gelişmeleri öncesi ve sonrası ile sıkı bir şekilde takip edip, izleyici kitlesine şeffaf bir biçimde ve toplumsal hassasiyetleri gözeterek aktarmaktadır.

Yerel televizyonlar, uydu internet yayınları sayesinde yurt dışında yaşayan vatandaşlarımıza bölgelerinde yaşanan gelişmeleri ve yerel kültürü aktarma noktasında oldukça önemli bir konumdadır. TV İçerikleri seçilirken bölge insanının dikkatini çekecek türde olmasına özen gösterildiği görülmektedir. Yerel TV'lerin içerisinde özel bir yere sahip olan ve yayın alanı bakımında İç Anadolu bölge televizyonu olarak kurulan Kon TV'nin bölgesel açıdan; siyasi, sosyal ve kültürel açılardan aynı şehirde bulunan diğer TV'lerden daha etkili olduğu bilinmektedir.

Yerel televizyon çalışanları bir mesleki algı olarak, yaygın TV kurumlarında çalışan meslektaşları ile benzer nitelikte işler yaptıkları halde yaptıkları iş tanımlanırken 'Yerel' ifadesinin kullanılmasından rahatsız olmaktadır. Yerel televizyon yayınlarında, ulusal ve uluslararası gündemi ilgilendiren konu ve içerikler işlenmektedir.

Televizyon yayıncılığındaki çalışmaların ödüllendirilmesi hem kurumları hem de çalışanları isteklendirme konusunda önemlidir. Anadolu Yayıncılar Derneği

tarafından kurulduğu yıldan itibaren her yıl düzenlenen Anadolu Medya Ödülleri'nin devletin en üst makamını temsil eden Cumhurbaşkanımız tarafından yaygın ve yerel basın çalışanlarına birlikte veriliyor olması çalışanları isteklendirme adına olumlu bir adımdır. Anadolu Medya Ödülleri'nin yerel medya temsilcileri tarafından oluşturulan bir dernek tarafından düzenleniyor olması, yerel TV'lerin medya sektöründe varlıklarını hissettirmeleri adına önemli bir gelişmedir.

Yerel televizyon çalışanları maddi zorluklar içerisinde çalışmalarını sürdürdüklerini ama mesleki doyum açısından işlerini yaparken mutlu olduklarını ifade etmektedirler. Çalışanların kurumlarını bir eğitim alanı olarak gördükleri ve mesleki anlamda kendilerini geliştirme yolunda önemli adımlar attıkları gözlemlenmiştir. TV yayıncılığı ile ilgili başarı ölçütünün mali ve teknik imkânlarla göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Yerel televizyonlar buldukları bölge insanının kolayca ulaşabildiği kurumlardır. Çalışanlar, izleyicilerin kendileri ile yakın sosyal ilişkiler kurmalarından memnun olmakta ve bu durumu olumlu karşılamaktadır. Toplum yerel televizyon çalışanlarını, yaşadıkları bölgenin sorunlarını aktarmada bir aracı olarak görmektedir.

Mesleğe yeni başlayan yerel TV çalışanları, sektörde uzun yıllar harcamış olan kişilere göre mesleki sorumluluk açısından sektörle ilgili olumsuz bir algıya sahiptir. Aynı zamanda bu alanda çalışmalar yürüten genç kuşak, yerel TV'lerin kuşak yayıncılığı anlayışını geleneksel olarak görmekte ve bu anlayışın değişmesi gerektiğini belirtmekte, aynı zamanda yerel TV'lerde üretilen içerikleri ilgi çekici bulmamaktadır.

Yerel TV'lerin izleyici kitlesinde ve etkileşimindeki oransal düşüşler çalışanların iş yapma isteklerini olumsuz etkilemektedir. Çalışanlar ile yapılan görüşmelerin sonuçlarına göre, genel olarak toplumun yerel TV'lerin yayınlarını takip etme konusunda, içerik ve yayın kalitesi bakımından ön yargılı olduğunu görülmektedir.

Yerel televizyonlarda kaliteli içeriklerin üretilmesi için gerekli olan mali kaynağın yetersiz olduğu görülmektedir. Çalışanlar, Yaygın TV'lerin güçlü holding

ve kuruluşların destekleri ile yayınlarını sürdürdüklerini fakat yerel TV'lerde böyle bir mali kaynağın olmadığını belirtmektedirler. Teknolojik yeniliklerin uygulanması noktasında eksiklikler olduğu, yayınların gerçekleşeceği bina, stüdyo gibi fiziki yapıların yanında teknik altyapı ve cihazların yetersiz olduğu görülmektedir. Yöneticilerinin yerel TV'lerin izlenme oranlarındaki düşüş sebebiyle teknik altyapıya yatırım yapmadıkları belirtilmektedir. Yerel televizyonlarda gelir kaynaklarının kullanımı ile ilgili planlamalardaki eksiklikler olduğu ve yeterli sayıda çalışan istihdamının yapılamadığı belirtilmiştir. TV program sunucuları, yapmakta oldukları programlar için gerekli olarak gördükleri; yapımcı, yönetmen, asistan ve yapım ajansı desteği gibi unsurlardan yoksun olarak işlerini yürütmektedirler.

Hâlihazırda mesleği sürdüren çalışanlar düşük ücretlerle çalıştırılmakta ve bu durum da çalışanların iş yapma isteklerini azaltmaktadır. Uydu aracılığı ile yayınlarını ulaştıran Yerel TV'ler, bütçelerine oranla oldukça yüksek miktarda uydu frekans alanı kirası ödemektedir. Yerel televizyon çalışanları, devlet kurumlarının tanıtım bütçelerinden yerel TV'lere yeteri kadar bütçe ayırmadıklarını düşünmektedirler. Reklam ve pazarlama bakımından kurumsallaşma problemi yaşayan yerel televizyonların, resmi ya da özel kurumların reklam bütçelerinden yeterli payı alamadıkları belirtilmektedir. Bünyesinde ajans barındıran yerel TV'lerin mali bütçe ve insan kaynakları eksiklikleri nedeniyle nitelikli reklam içerikleri üretilmediği ve bu durumun reklam-pazarlama çalışmalarını olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. Alternatif bir yayın mecrası olarak dijital yayıncılık ve yeni medyanın etki alanını genişletmesi düşük bütçelerle tanıtım imkânı sağlaması sebebiyle reklam verenlerin tanıtım ile ilgili tercihlerinin değişmesine ortam hazırlamıştır. Bu durum yerel televizyonların reklam ve yayın gelirlerindeki payın yeni medya tanıtımlarına bölünmesine, dolayısıyla gelirlerinin düşmesine sebebiyet vermiştir.

Yerel televizyonlar, yönetim kurulu üyelerinin tutumları ve genel olarak mesleğe yabancı olmaları nedeniyle kurumsallaşamamaktadır. TV yönetim kurulu üyelerinin mali ve teknik imkânları geliştirmek yerine 'Medya Patronluğu' statülerini korumaya çalıştıklarını belirtmektedirler. Çalışanların, kurumlarının bulunduğu şehirde egemen olan siyasi görüş ve toplumsal tutum nedeniyle mesleki açıdan

sınırlandıkları görülmektedir. Program konukları belirlenirken, siyasi görüş ve düşünceleri açısından kurum yöneticilerinin şahsi olarak sorun yaşamadıkları -uygun gördükleri- konuklar seçilmesi gerektiği için fikir zenginliği bakımından yayınlarının sınırlandırıldığı belirtilmektedir. Çalışanlar, ayrıca yayınlarda güncel konular işlenirken aykırı görüşlere yer verme konusunda kişisel ve kurumsal olarak gelebilecek tepkilerden çekindiklerini belirtmektedirler. Yerel televizyon çalışanları, TV yayıncılığı için olmazsa olmaz gerekliliklerin başında olan ulaşım ile ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. Ayrıca ulaşım ile ilgili yaşanan olumsuzluklar program ve yayın devamlılıklarının sağlanmasına engel olmaktadır. Dış yapım program türünün koşullarında üretilen, içyapım türündeki programların yapımcı ve sunucuları iş üretmek için kurumlarından yeterli desteği alamamaktadırlar. Bu durumda program yapımcı ve sunucuları ulaşım desteği ve mali destek almak için destekleyici firma bulmak zorunda kalmaktadırlar.

Yerel Televizyon çalışanları iş yoğunluğu, hizmet içi eğitimin eksikliği ve iş ortamındaki rekabet yetersizliği gibi sorunlar nedeniyle mesleki gelişim açısından olumsuz duygular yaşamaktadırlar. Yerel televizyonlar arasında aynı meslek grubu içerisinde bulunmalarına rağmen bir iletişim eksikliği gözlemlenmektedir. Sosyal açıdan sınırları dar bir alanda yayıncılık faaliyetlerinin yürütülmesi, yerel TV'lerin program içeriklerinin oluşturulması noktasında ve programların konuk zenginliği bakımından sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Çalışanlar maddi açıdan tatmin olamayacakları ücretler karşılığında çalıştırıldıkları için ek iş yapmak zorundan kalmaktadırlar ve bu durum çalışanların sosyal hayatlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Yerel televizyon çalışanları çalışma ortamları bakımından belirli saatler arasında, bir mesai kavramı içerisinde ofis çalışanı mantığı ile çalışmak yerine daha çok halkın arasında olmayı istemektedirler. Çalışanlar, işe yeni başlayacak olanlarda mesleki yeterliliğin dikkate alınmadığını ve bu durumun çalışma ortamını olumsuz etkilediğini belirtmektedirler. Yayınlanacak programlarda nitelikten çok yöneticilerin istekleri göz önüne alındığı için çalışanların program çekme veya yayınlama konusunda isteksiz oldukları görülmektedir. Çalışanlar, kendilerine yeterince değer

verilmediğini ve bu durumun çalışma ortamlarına yansıdığını belirtmektedirler. Mesleki yetenek ve yeterliliğe sahip olanlar çalışma ortamını ve şartları yetersiz buldukları için kurumlarında uzun süre çalışmayıp iş arayışı içerisine girmektedirler.

Yerel TV çalışanları ücretlendirme politikasının yanlış olduğunu, kıdeme ve iş yüküne göre ücretlendirme yapılmadığı belirtmektedirler. Çalışanlar kaliteli işler ürettiklerinde yönetim tarafından gerekli desteği alamadıklarını ve kuruma maddi kazanç sağlayan içeriklerin kalitesine bakılmaksızın daha çok tercih edildiği belirtmektedirler. Yerel TV’lerde stüdyo ve dekor çalışmalarının yeterli olmadığı ve yöneticilerin program yapımcı ve sunucularından bu çalışmalarını yürütmelerini istedikleri görülmektedir.

Yerel Televizyon çalışanları, basın hak ve özgürlükleri bakımından; 212 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun ”un uygulanması ile ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. Çalışanların, basın haklarından yararlanma hususundaki taleplerinin yerine getirilmediği ve emeklilik halinde basın sigortasının tanıdığı emeklilik şartlarının çalıştıkları kurumlar tarafından sağlanmadığı görülmektedir. Ayrıca mesleğe yeni başlayanların deneme süresi adı altında kanuna aykırı biçimde uzun süre çalıştırıldıkları ifade edilmektedir.

Televizyon yayıncılığının geleceği bakımından; kuruldukları ilk yıllarda ses ve görüntüyü birleştiren en etkili iletişim aracı olarak görülen televizyonlar bu özelliklerini kaybetmeye başlamıştır. TV yayıncılığında içerik ve yayın formatlarının zamanla birbirine benzer hale dönüşmesinin TV’lere olan ilgiyi azalttığını görülmektedir. Yeni medyanın toplumu etkisi altına almasına paralel olarak, yıllar içerisinde insanların TV izleme alışkanlıklarında belirgin bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Yeni medyanın denetimden uzak olduğu ve TV’ler gibi belirli bir üst kurul tarafından denetlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Çalışanlar, sosyal medyayı kısa vadede sektörün tamamen sonunu getirecek bir unsur olarak görmediklerini belirtmişlerdir.

Yerel televizyonların varlığı, bölgesel birikimin ve kültürün yaşatılmasında, gelecek kuşaklara aktarılmasında oldukça önemlidir. Yerel televizyonların varlıklarını sürdürebilmeleri ve yayınlarını nitelikli bir şekilde izleyicilerine ulaştırabilmeleri için:

- Yerel televizyonlar, mutlak suretle devletin ilgili kurumları tarafından mali bakımdan desteklenmelidir. Resmi kurumların duyuru ve tanıtımı için gerekli olan içeriklerin yayınlanması hususunda yerel televizyonlara öncelik verilmeli ve bu konuda ayrılan bütçeden yerel televizyonlar yararlandırılmalıdır.
- Yerel TV'lerin geleceği ile ilgili ortak bir birliktelik ve kamuoyu gücü oluşturmak için 2014 yılında Anadolu Yayıncılar Derneği kurulmuştur. Bu dernek özellikle yerel medyanın maddi imkânlar açısından zor şartlarda yayınlarını devam ettirdiklerini her platformda dile getirmekte ve yerel medyanın yaşatılması için yoğun çaba sarf etmektedir. Bu dernek çalışmalarını daha yoğun olarak sürdürmeli ve sorunların çözümünde daha somut adımlar atmalıdır.
- Konya'da yayın yapmakta olan yerel TV'ler arasında bir iletişim ve işbirliği eksikliği olduğu görülmektedir. Her türlü görüş ayrılıkları bir yana bırakılıp, mali açıdan sorunlar yaşamakta olan yerel TV'ler, mevcut sorunların çözümü ve yerelde bu mesleğin sürdürülebilirliği için mesleki dayanışma içinde olmalıdır.
- Yerel televizyonların uydu frekans bedelleri mali kaynaklarına oranla oldukça yüksektir. Aynı zamanda hâlihazırda döviz kuru üzerinden ödenen uydu frekans bedelleri, 'Yerli ve Milli' bir anlayışla Türk Lirası üzerinden ödenmeli ve ödenen ücretler kurumların üstesinden gelebilecekleri miktarda olmalıdır.
- Yerel televizyonlar, kaliteli yayın ve içerikler üretebilmesi için, insan kaynakları seçiminde yöneticilerin objektif davranması, iş başvurusu

yapanların dünya görüşlerinden ziyade mesleki niteliklerini dikkate alması gerekmektedir.

- Yerel televizyon yöneticilerinin genellikle medya sektörünün dışında farklı iş alanlarında çalışma hayatlarını sürdüren kişiler olduğu görülmektedir. Yöneticilerin medya sektörü iyi tanıyan, yerel medyada yaşanan sorunlara çözüm bulabilecek uzak görüş sahibi olan insanlardan oluşması gerekmektedir.
- Yerel televizyonlarda yayınlanan programların, çoğu zaman mali getirilerine göre veya yönetim kurulu üyelerinin şahsi ilişkilerinin yoğun olduğu kişi ve kurumların taleplerine göre belirlendiği ifade edilmektedir. Bu anlayıştan uzaklaşıp yayınlanacak programların içerik, kalitesine ve TV izleyicilerinin beklentilerine uygunluğu dikkate alınmalıdır.
- Yöneticilerin yerel TV'lere gelir kaynakları bulma noktasında yeterli olmadığı görülmektedir. Yerel televizyonların bulunduğu şehirlerdeki kurumlar öncelikli olmak üzere resmi ve özel kurumların organizasyon ve yayınları gerçekleştirilerek mali kaynak sağlanmalıdır.
- Yerel televizyon çalışanlarının düşük ücretlerle çalıştırıldıkları görülmektedir. Aynı zamanda çalışanlar yerel televizyonların ücret politikasının hatalı olduğunu, performans ve kıdem gibi unsurların göz ardı edilerek tüm çalışanlara neredeyse eşit şekilde ücret verildiğini belirtmektedirler. Bu durumun çalışanları, iş üretme istekleri konusunda olumsuz etkilediği, nitelikli çalışanların yerel televizyonlarda çalışmaya devam etmedikleri, dolayısıyla yayın ve program devamlılıklarının sağlanamadığı gözlemlenmektedir.
- Yerel televizyon çalışanları, emeklerinin karşılığı olan ücretleri alamadıkları için ek işler yapmak zorunda kaldığı ve çalışanların iş performanslarında düşüşler olduğu belirtilmektedir. Yerel TV yöneticilerin, nitelikli içerik ve yayınların üretilmesi için bu durumu

düzeltilmesi, çalışanların isteklendirilmesi için gereken adımları atmaları gerekmektedir.

- Yerel televizyonların en önemli sorunlarından birisi olan ulaşım sorununun çözülmesi gerekmektedir. Devletin, özellikle şehir dışı ve yurt dışı çekimleri yapacak basın çalışanlarına toplu ulaşımında ücretsiz taşıma imkânı sunması gerekmektedir.
- Yerel televizyon yöneticileri çalışanlardan nitelikleri ve yetenekleri dışında işler üretmelerini beklememelidir. Yöneticiler, kuruma mali kazanç sağlama konusunda reklam biriminde çalışmayan kişilerden gelir sağlamalarını beklemek yerine, reklam ve pazarlama ile ilgili birimleri daha kurumsal hale getirip etkili biçimde kullanmalıdır.
- Yerel televizyon çalışanlarına mesleki bakımdan hizmet içi eğitimler konusunda yeterince imkân sağlanmadığı görülmektedir. Çalışanlara iş alanına göre uzman kişiler tarafından uygulamalı eğitimler verilmelidir.
- Yerel televizyon çalışanları, mesleklerinin gereği olarak sürekli mesleki gelişim içerisinde olmalı ve eleştirilere açık olmalıdır. Ayrıca çalışanlar, kişisel menfaat güderek kurumlarının toplumsal saygınlığını zedeleyecek faaliyetlerde bulunmamalı ve kaliteli içerikler üretmek kurumlarının takip edilirliliğine katkı sunmalıdır.
- 212 sayılı “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun ”un uygulanması ile ilgili sorunlar olduğu görülmektedir. Çalışanların haklarının korunması için ilgili kanunun uygulanmasında titizlik gösterilmesi, yerel televizyonların bu konuda daha sıkı denetlenmesi gerekmektedir.
- Yerel televizyonlarda işe yeni başlayan çalışanların, deneme süresi adı altında kanuna aykırı biçimde çalıştırıldıkları belirtilmektedir. Çalışan hakları açısından bu uygulamanın sonlandırılması gerekmektedir.

- TBMM Dijital Mecralar Komisyonunda 13.01.2022'de gerçekleşen toplantıda Türkiye Gazeteciler Konfederasyonu Genel Başkanı Mehmet Nuri Kolaylı'nın "Türkiye'de Gazeteciliğin Dijital Dönüşümü ve Sorunları" başlığıyla bir sunum gerçekleştirdiği görülmüştür. Bu sunumda özetle; yerel medya kuruluşlarına, banka sicil durumuna bakılmaksızın faizsiz kredi verilmesi gerektiği bildirilmiştir. Gazete, televizyon, radyo ve kurumsal internet haber sitelerinde görev yapan basın çalışanlarına ve diğer basın kartı sahibi gazetecilere faizsiz kredi verilmesi ve dijital medya dâhil tüm yerel basın kuruluşları belediyeler ve kamu kurumları tarafından ilan ve reklamlarla desteklenmesi gerektiği ifade edilmiştir. TBMM ilgili komisyonlarında benzer taleplerin daha çok dile getirilmesi ve devlet yönetimince yerel TV'lere destek konusunda somut adımlar atılması sağlanmalıdır.
- Konya'da bulunan yerel televizyonlar il idaresi ve mahalli idareleri, faaliyetleri açısından toplum adına -bir denetleme mekanizması- olarak daha titiz davranmalı ve gerçekleri ifade etme konusunda siyasi ve sosyal baskılara karşı objektif bir yayın politikası gütmelidir.
- Günümüzde hala toplumsal bir etki gücü bulunan TV'ler yeni medya karşısında üstünlüklerini kaybetmemek adına arayış içerisinde. Yerel TV yöneticilerinin yeni medyadaki gelişmeler ile ilgili çalışanlar ile sık sık toplantılar tertip edip içeriklerin yeni medya anlayışına uygun hale getirilebilmesi adına çalışmalar talep ettikleri gözlemlenmiştir. Çalışanlar, yerel televizyonların yeni medya anlayışına uygun içerikler üretmeleri gerektiğini düşünmektedir. Dijital ortamdaki takipçi ve etkileşim sayılarının artması için, yayınlarının bu mecrada etkili ve ilgi çekici hale gelmesi için bu düşüncenin sosyal medya alanında istihdam edilecek çalışanlar ile uygulanması gerekmektedir. Bunun dışında yerel TV'ler, bölge kültürünü aktaran özgün, ilgi çekici içerikler oluşturarak dijital yayıncılık alanında ve yeni medya mecrasında daha etkili olacaktır.

- Bu çalışma Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanları ile yapılmıştır. Bundan sonraki çalışmalar diğer kitle iletişim araçları olan yerel gazete, radyo ve dergi çalışanları ile yapılarak diğer yerel medya çalışanlarının sorunları da ortaya çıkarılabilir.

Bu çalışma ile Konya’da bulunan yerel televizyon çalışanlarının; duygu, düşünce ve bilgilerinin derinlemesine aktarılmıştır. Çalışmada Konya’da yayın yapmakta olan yerel televizyon çalışanları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen nitel verilere dayandırılmaktadır. Araştırmacılar bundan sonra yapılacak çalışmalar ile araştırmanın evrenini genişleterek, Türkiye’de ve yurt dışında faaliyetlerini sürdüren yerel televizyon çalışanlarının sorunları üzerine yapılacak bir araştırma neticesinde daha etkili sonuçlara ulaşabileceklerdir.

KAYNAKÇA

- Anık, Cengiz. (2014). *İletişim Sosyolojisi Kuramsal Temeller*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Aytekin, Burhan. (2001). *Türkiye’de Yerel Televizyon Yayıncılığı ve Sorunları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aziz, A. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş)*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Bagdigikian, Ben. (2016). *Yeni Medya Tekel.*, Çev. Emine Eminel, Ankara: Akılçelen Kitaplar.
- Ballı, Ali. (2010). *Yerel Televizyonlarda Çalışanların Sorunları: Konya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Konya.
- Bay, Nurettin. (2007). *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı*. İstanbul: Nüve Kültür Merkezi Yayınları.
- Bektaş, Arsev (2018). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Birsen, Haluk (2013). *İnternet ve Sosyal Ağlar*, E. Nezh Orhon, Yaprak Büyükerşen İşçibaşı (Ed.) Uluslararası İletişim, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Cankaya, Özden (1997). *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Cankaya, Özden (2003), *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cereci, Sedat (2019). *Sosyal Medya Çağlar, Ağlar, Bağlar*. İstanbul: Onto Yayınları.
- Crowley, D., & Heyer, P. (2017). *İletişim Tarihi*. Çev. Berkay Eröz, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çağlak, U. (2019). “*Teşhir Toplumu ve Yeni Medya: Teşhir Toplumunun Oluşmasında Önemli Bir Araç Olan Yeni Medya Üzerine Bir Değerlendirme*”, Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 2020 güz -02-(12-20).
- Çakır, Vedat. (2003). Türkiye’de Yerel Televizyonculuğun Mevcut Kurumsal Yapısı ve Bir Örnek Model Tasarımı. *Selçuk İletişim*, 2(4), 180-193.
- Çaplı, Bülent. (2001). *Televizyon ve Siyasal Sistem*. Ankara: İmge Kitabevi.

- Çelenk, Sevilay. (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dijk, Van Jan (2018). *Ağ Toplumu*. Çev. Özlem Sakin, İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Dursun, Çiler (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Erarslan, Levent (2020). *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi, Sosyal Medya İstihbaratına Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erol, Gülbuğ (2012). *İletişim ve Etik*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Girgin, Atilla. (1997). *Türkiye'de Yerel Basının Gelişmesi*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Girgin, Atilla. (2001). *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Girgin, Atilla. (2014). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gorman, L. and D. McLead (2005). *Media and Society into the 21st Century: A Historical Introduction*. Blackwell Publishing: ABD.
- Göksu, Vahap (2016). *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gülнар, Birol ve Balcı, Şükrü (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Güngör, Nazif (2011). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Işık, Metin (2002). *Kitle İletişim Sistemleri*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- İçel, Kayıhan, Yener Ünver. (2005). *Kitle Haberleşme Hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kantaş, Gülnaz (1992). *Türkiye'de 1980 Sonrası TRT Kurumu ve Özel Radyo-TV Yayıncılığı Girişimleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Kroon, R. W. (2010). *A/V A to Z: An Encyclopedic Dictionary of Media, Entertainment and Other Audiovisual Terms*. London: McFarland.
- Lievrouw, A. Leah (2016). *Alternatif ve Aktivist Yeni Medya*. İlkey Sevgi Temizkalp (çev), İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Lovink, Geert (2017). *Sosyal Medyanın Dipsiz Kuyusu: Eleştirel İnternet Kültürleri ve Yadsımanın Gücü*. Deniz Esen (çev), İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Işık, Metin. (2001). Globalleşme-Yerelleşme ve Medya. *Selçuk İletişim*, 1(4), 38-43.

- İzgi, Nizamettin. (1992). *Yerel Basın Mensubuna Karşı Tutumlar. Yerel Basın Kurultayı. Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları* (2).
- Mahmutoğlu, Vildan. (2007). *Küreselleşmenin Yerel Televizyon Programlarına Yansımaları: Doğu Karadeniz Televizyonlarında Sağlık Programları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mutlu, Erol. (1998). *Yerel Basın ve Demokrasi*. II. Yerel Medya Eğitim Semineri. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Olkun, Emre Osman. (2017). *Haber ve Güven Sosyal Algılamada Medya Haberlerinin Güvenilirliği*. Konya: Literatürk.
- Ozan, Rengin. (2007). "Yerel Habercilik Anlayışı Araştırması: Özgür Kocaeli Gazetesi ve TV 41 Örneği." *Medya Üzerine Çalışmaları* içinde (65-85), Gülbuğ Erol (Ed.), İstanbul: Beta Yayınları.
- Özçağlayan, Mehmet (2000). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi. *Selçuk İletişim*, 1(2), 41-52.
- Özdemir, Mehmet. (2022). Yerel-Ulusal ve Uluslararası Medya Arasındaki Benzeşmeler. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3), 940-957.
- Özutku, Fatih, Çopur, Hakan ve Sığın İbrahim, İlter, Kemal ve Küçükyılmaz Mücahit,
- Arı, Yalçın (2014). *Sosyal Medyanın Abc'si*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Pavlik, V. John. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Müge Demir, Berrin Kalsın (çev), Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Pekman, Cem. (1997). *Televizyonda Özelleşme*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Serim, Ömer. (2007). *Türk Televizyon Tarihi: 1952-2006*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Şakar, Müjdat. (2002). *Basın İş Hukuku: Gazetecilerin Çalışma İlişkileri*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Şeker, Mustafa. (2007). *Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Şen, Onur. (2020). *Yerel Medyaya Yönelik Güvenirlik Algısı: Samsun Yerel Medyası Örneğinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.

- Talimciler, Ahmet (2003). *Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi. İstanbul: Bağlam Yayınları.*
- Tekinalp, Şermin. (2003). *Radyo ve Televizyon: Camera Obscur’den Synopticon’a. İstanbul: Der Yayınları.*
- Tınas, Kudret. (2010). *Yerel Televizyon Yayıncılığında Yerellik: Konya Tv Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Konya.*
- Timisi, Nilüfer. (2006). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.*
- Tokgöz, Oya. (2013). *Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.*
- Toruk, İbrahim (2008). *Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye’de Haber Siteleri. Konya: Literatürk.*
- TDK. (2005). “Gazete.” İçinde *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TDK. (2005). “Televizyon.” İçinde *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TDK. (2005). “Televizyon Yayını.” İçinde *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TDK. (2005). “Yerel.” İçinde *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uğurlu, Saadet (2017). *Yeni Medya’da Stratejik İletişim Yönetimi: İletişim 3.0’da Yeni Medya Kullanım Kılavuzu. İstanbul: Beta Yayıncılık.*
- Uyguç, Ünal, Ali Genç. (1998). *Radyo Televizyon Haberciliği. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.*
- Uygur, S. (1997). *Yerel Habercilik ve Yerel Televizyonculuk, Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi:3, Adana: Konrad Adenauer Vakfı.*
- Vural, Ali Murat. (1996). “Yerel Kamuoyunun Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Basın.” *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, 2(12), 1053-1067.
- Vural, Ali Murat. (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.*
- Yaşın, Cem. (2009). Türkiye’de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (28), 115-151.

Yavuz, Volkan. (2021). “Yeni Medya, Yeni Finansman.” *Muhasebe ve Finans Alanında Bilimsel Çalışmalar* içinde (93-119). İnci Erdoğan Tarakçı & Bora Göktaş (Eds.), İstanbul: Efe Akademi Yayınları.

Yaylagül, Levent (2017). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yengin, Hülya (1994). *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar*. İstanbul: Der Yayınları.

Yıldız, Selahattin (2014). *Sinematografik Anlatım*. İstanbul: Su Yayınları.

Yıldız, Sevil (2017). *Medya ve Hukuk*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırması). *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(3), 81-91.

Yüksel, Erkan ve Gürçan, Halil İbrahim (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.

Yüksel, İbrahim. (1992). *Habercilikte Devlet Tekeli ve Anadolu Basını*. Yerel Basın Kurultayı Bildiriler. Yerel Basın Kurultayı Dizisi: 1. Adana: Çukurova Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

İnternet Kaynakları

- <http://www.anadoluyayincilardernegi.com/haber/156/baskan-burhan-sosyal-medya-yerel-medyayi-zor-durumda-birakiyor> (Erişim Tarihi: 11.10.2023).
- <https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/Kamuoyu/televizyonizlemeegilimleri-arastirmasi2018.pdf> (Erişim Tarihi: 05.11.2023).
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=12460&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5> (Erişim Tarihi: 04.12.2023)

Kanun Maddeleri

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Kabul Tarihi: 13.04.1994, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 20.04.1994, Yayımlandığı Resmî Gazete Sayısı: 21911.

Özel Radyo ve Televizyon Yayın Kuruluşlarının Eğitim, Kültür, Türk Halk Müziği ve Türk Sanat Müziği Programlarında Yer Vermeleri Gerekli Yayın Türleri ve Oranlarına Ait Esaslar Hakkında Yönetmelik Resmî Gazete; Tarih: 02 Mayıs 1995 Sayı: 22275.

Radyo ve Televizyon Yayın İzni ve Lisans Yönetmeliği, Resmî Gazete: Tarih: 10 Mart 1995, Sayı: 22223.

T.C. 1961 Anayasası, Kabul Tarihi: 9 Temmuz 1961 Kanun No: 334, Resmî Gazete, 20.7.1961, Sayı: 10859. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10859.pdf> (Erişim Tarihi: 29.08.2023).



EKLER

Ek-1: Mülakat Formu

Bu amaç ekseninde araştırmada, yapılan görüşmelerde şu sorular irdelenmeye çalışılacaktır.

1. Yerel televizyon çalışanlarının meslek ile ilgili algısı nasıldır?
2. Yerel televizyon çalışanları mesleklerini nasıl icra etmektedirler?
3. Yerel televizyon çalışanlarına sunulan çalışma ortamı mesleki anlamda yeterli mi?
4. Yerel televizyon çalışanlarını mesleki açıdan sınırlayan gerekçeler nelerdir?
5. Yerel televizyon çalışanları basın hak ve özgürlüklerinden istifade edebiliyorlar mı?
6. Yerel televizyon çalışanları televizyon yayıncılığının geleceğı hakkında neler düşünmektedirler?
7. Çalışanların nazarında yerel televizyonların işleyiş açısından en önemli sorunu nedir?
8. Mali ve teknik açıdan yerel televizyonlar gerekli imkânlarla sahip mi?
9. Yerel televizyonlar yayın yaptıkları bölgede ne derece etkilidir?