T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ; RADYO KYÖD

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEDAT ÖZEL

ANABİLİM DALI: İLETİŞİM BİLİMİ

KOCAELİ, 2005

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ *SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ; RADYO KYÖD

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEDAT ÖZEL

ANABİLİM DALI: İLETİŞİM
PROGRAMI : İLETİŞİM BİLİMLERİ

DANIŞMAN: YRD. DOÇ. DR. NİGAR PÖSTEKİ

KOCAELİ, 2005

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ; RADYO KYÖD

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: SEDAT ÖZEL
Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Tarih ve No.: 12.09.2005 / 18

Prof. Dr. Hülya Yengin Doç. Dr. Mete Çamdereli Yrd. Doç. Dr. Nigar Pösteki

KOCAELİ, 2005

ÖNSÖZ

Her gün farkında olarak ya da farkında olmadan iletilerine maruz kaldığımız bir araçtır radyo. Seyahat halinde, yemekte, çalışırken, dinlenirken hatta uyurken bize eşlik eden bu cihazın, televizyonun yaygınlaşması ile arka plana atıldığını düşünenler, aslında şu an hızla yayılan cep telefonları gibi farkında olmadığımız bir parçamız olduğunu gözden kaçırmaktadırlar. Ancak bir noktada televizyonun, radyoyu pasifize ettiği fikrine katılmamak yanlış olur. Zira bir zamanlar, toplumsal yaşamın vazgeçilmez haber alma aracı olan radyolar günümüzde bu özelliklerini kaybetmek üzeredir. Bir zamanlar, kültürel gelişime katkıda bulunan, toplumu eğitim için kullanılan radyolar günümüzde bu içerikten oldukça uzak bir tablo çizmektedir.

Bu çalışma, sıklıkla bir müzik kutusu olduğuna dair eleştiriler getirilen radyo aracının gözünden yerel yayıncılığa bakmayı amaçlamıştır. Sorunlar içinde kimliğini kazanmaya çalışan radyo ile ülkemizde tanımlaması net olarak yapılmayan yerel yayıncılık alanında, bize göre varolduğu düşünülen içerik sorunu bir düzlemde birleştirilmiş ve son yıllarda çokça tartışılan küresel tahakkümün belirleyiciliği içinde araştırılmıştır.

Araştırma fikrinin olgunlaşması sırasında farklı yorumlarını benimle paylaşarak, yolumu daha net görmemi sağlayan sevgili Yusuf Budak'a, yerel yayıncılığa dair yaptığı çalışmasından edindiği tecrübeyi benimle paylaşarak bu sorunlu konuda bir fener olan sevgili Murat Varlı'ya, tüm sabrı ve pozitif enerjisi ile en kritik noktalarda bana güç veren sevgili Aybike Pelenk'e,

Araştırmalarımı gerçekleştirmem için bana uygun bir çalışma zemini hazırlayan sayın Mete Çamdereli'ye,

Çalışmanın oluşmasında, ilerlemesinde ve sonuçlanmasında yol gösteren danışmanım sayın Nigar Pösteki'ye, en derin saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....: i
İÇİNDEKİLER .....: ii
ÖZET .....: v
ABSTRACT .....: vi
KISALTMALAR .....: vii
TABLOLAR DİZİNİ .....: viii

GİRİŞ .....: 1
1.Amaç…..: 6
2.Sorun.....: 6
3.Varsayımlar .....: 6
4.Yöntem .....: 7
4.1.Evren ve Örneklem .....: **9**
4.2.Araştırma Analiz Kategorileri……..…..: **10**

1. BÖLÜM
KÜRESELLEŞME MİTİ VE YERELLİK

1.1. Küreselleşme Sürecine Genel Bir Bakış.....: 12
1.1.1. Küreselleşme Nedir? ……..…..: **12**
1.1.2. Küreselleşme Ve Kültürler Arası Etkileşim.....: **19**
1.2. Yerelleşme Bağlamında Ulusal Kimlikler……..…..: 28
1.2.1. Yerelleşme Nedir.....: **28**
1.2.2. Küreselleşme Sürecinde Yerel Kimliklerin İnşası..: **36**
1.3 Küreselleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Değişen Rolü ve Kültürel Etkileri.....: 40

BÖLÜM II
BİR MEDYA ENSTRÜMANI OLARAK RADYO; ÖZELLİKLERİ VE TARİHÇESİ

2.1. Radyo Yayınlarının Doğuşu…….....: 48

2.2. Radyo Yayıncılığının Gelişimi Ve Farklı Arayışlar…..: 50

2.2.1.Bir Yapı Taşı Olarak Kamu Hizmeti Yayıncılığı..: **51**

2.2.2.Tecimsel Radyo Yayıncılığı……...: **52**

2.2.3.Radyo Yayıncılığında Alternatif Arayışlar…….: **54**

2.3. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun Temel Özellikleri:……..: 56

2.4. Radyo Programlarının Temel Özellikleri……..: 57

2.4.1.Haber Programları……...: **58**

2.4.2.Müzik ve Eğlence Programları…….. : **59**

2.4.3.Eğitim ve Kültür Programları……...: **60**

2.5.Yerel Medya Bağlamında Radyo Yayıncılığı Ve Türkiye'de Yerel Radyoların Gelişimi……...: 60

2.5.1.Yayıncılıkta Yerelliğin Tanımlanması: Türkiye'de Yerel Medya Nasıl Algılanıyor?.....: **61**

2.5.2 .Radyo Yayıncılığının Türkiye'deki Tarihi ve Yayıncılık Alanında Düzenlemeler…….: **66**

2.5.3.TRT Döneminde Yerel Yayın Örnekleri ve TRT Bölge Radyoları…….: **69**

2.5.4.Türkiye'de Tecimsel Radyoların Doğusu ve Yerel Radyolar……..: **73**

2.6 Kocaeli'nde Yerel Radyoların Kısa Tarihi…….: 79

III.BÖLÜM

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNDE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ: RADYO KYÖD

3.1. Radyo KYÖD'ün Genel Özellikleri……: 81

3.1.1. Radyo KYÖD'ün İdari Yapısı……: **81**

3.1.2. Radyo KYÖD'ün Teknik Alt Yapısı……..: **82**

3.1.3. Radyo KYÖD Yayın Akışı……: **82**

3.2. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi……: 83

3.2.1.Radyo KYÖD'ün İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi……..…: **83**

3.2.2.Radyo KYÖD Yöneticilerinin Yerel Radyo Yayıncılığına Bakışları ve Radyo KYÖD…… : **89**

3.3. Genel Değerlendirme……: 92

SONUÇ VE ÖNERİLER……: 96

YARARLANILAN KAYNAKLAR .....: 104

ÖZGEÇMİŞ .....: 112

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ; RADYO KYÖD

ÖZET

Küresel olanın tahakkümünden bahsedenler, yerel olanı ifade ederken, kitle iletişim araçlarının yerel olanın korunmasında önemli bir göreve sahip olduğunu dile getirmektedirler. Ancak açık bir ifadeyle belirtmek gerekirse, yerel olan ulusal sınırlar ile çizilen midir yoksa etnik kimlikler midir bu ayrım önemlidir. Sonuç olarak küreselleşmenin bir kimlik bunalımı yarattığı ve toplumların üçlü bir gerilim içinde kaldıkları iddia edilebilir

Ülkemizde de son 15 yıldır etkin bir şekilde hissettiğimiz küresel hareketlenme, özellikle iletişim sistemlerindeki değişimle gözle görülür bir hal almıştır. 1990'lı yıllarda radyo-televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kırılmasıyla birlikte yayıncılık alanında yaşanan patlama çeşitli yasal düzenlemeler ile kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. Ancak sayıları bir zamanlar binlerle ifade edilen yerel yayın kuruluşları ile yayıncılık alanında ne değişmiştir bu belirgin olarak ortaya konulmamaktadır.

Bu çalışmada kendine has özellikleri dolayısıyla farklı bir konumda olan radyonun yerel bir iletişim aracı olarak ne ifade ettiği üzerinde durulmaktadır. Ortaya atılan onca iddiaya rağmen yerel radyo uygulamalarından hareketle yerel yayıncılığa bakış anlaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: *Küreselleşme, Kültür, Yerel Yayıncılık, Radyo*

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

THE FACTORS THAT EFFECTS TO CONSTITUTE THE PROCESS OF CONTENT IN LOCAL RADIOS AND A CASE STUDY; RADIO KYÖD

ABSTRACT

The people who mention about the domination of global, express that mass communication tools have an important function in protection the localness in their statements. However, speaking clearly, this discrimination is important that if the local one is in the limited national borders or ethnical identities. As a result, it can be claimed that, globalization creates an identity depression and the societies stay in a trio frustration.

The global action, which is active is in our country in the recent 15 years, is evident especially in the communication systems. In the 1990's, along with the abate the monopoly of the government, explosion in the broadcasting could be tried to under control with the various legal arrangements. On the other hand, it can not be expose clearly, what was the change in the broadcasting with the local broadcasting foundations, the numbers express as thousands at one time.

In this study, the radio, which in a different condition because of the uniqe special characteristics, is researched to express the meaning as a local communication tool. It's tried to understand the view towards the local broadcasting.

Keywords: *Globalization, Culture, Local Broadcasting, Radio*

KISALTMALAR

BBC : British Broadcasting Corporation

FM : Frekans Modülasyonu

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

KYÖD : Kocaeli Yayıncılık Özgün Dağıtım A.Ş.

ORTF : Office Radiodiffusion Television Française

RTYK : Radyo Televizyon Yüksek Kurulu

RTÜK : Radyo Televizyon Üst Kurulu

TRT : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TTTAŞ : Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo No.	Tablo Başlığı	Sayfa
Tablo 1	İçerik Analizi Doğrulama Tablosu	10
Tablo 2	Radyo KYÖD Program Akışı	84
Tablo 3	Program Türlerinin Birbirlerine Oranı	86
Tablo 4	Haberlerin 3 aylık Dağılımı	87
Tablo 5	Şarkı Türlerine Ayrılan Süre	88
Tablo 6	Yayın Akışı İçerisinde Söz Müzik Reklam Dağılımları	89

GİRİŞ

Buhar enerjisinin üretimde kullanılmaya başlandığı yıllardan itibaren insanlık tarihi büyük değişimlere ve dönüşümlere sahne olmuştur. En önemli dönüşüm, tarıma dayalı dağınık toplumların sanayileşme hareketine paralel olarak kurulan kentlerde yoğunlaşmaya başlamasıdır. Sanayi toplumu olarak adlandırılan yeni toplum örgütlenmelerinde insan; modern insan olarak adlandırılırken, dönüşüm; modernizm olarak tanımlanmıştır. Ancak modern insanın geçirdiği evrim, teknolojideki ilerlemeye paralel bir hızla artmış ve 1980'li yılların başı, yeni bir dünya düzenin de başlangıcı olmuştur. Bu, modern çağın getirdiği bir sonuçtur. Amerika Birleşik Devletleri'nde Reagan, İngiltere'de ise Teatcher hükümetlerinin politikalarının önderliğinde neo-liberalizm olarak tanımlanan yeni ekonomi düzeni, modern toplumların sosyoekonomik, kültürel hatta geleneksel değerlerinin yeniden yorumlandığı geçmiştekinden daha farklı ve sancılı bir dönüşüm ortamı yaratmıştır. Diğer yandan sosyal bilimlerin farklı alanlarında olduğu gibi iletişim araştırmaları da bu değişim ve dönüşüm sürecinin nedenleri, etkileri ve sonuçları üzerine yoğunlaşmıştır. Dikkat çeken nokta, yeni ekonomi düzeninin bir diğer ifadeyle küresel ekonomi sisteminin yapılandırılması sırasında teknoloji ile sürekli yenilenen iletişim alt yapısının ne derece önemli olduğudur. Aslında iletişime ilişkin temel teknik sistemlerin yaratıldığı ve serbest değişim ilkesinin benimsendiği 19. yüzyılda temelleri atılan ideolojik söylemlerde, iletişim olgusunun da toplumları bütünleştirici bir etken olduğu kavramının temelleri atılmıştır[1]. 18. yüzyılın son çeyreğinde yaşamış olan ünlü iktisatçı Adam Smith iletişimin fabrikada ortak işin örgütlenmesine ve ekonomi ile ilgili alanların yapılanmasına katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Dönem ekonomistleri bir yandan yeni ekonomik düzenin temel kavramlarını oturtmaya çalışırken bir yandan da iletişim olgusunun bu düzendeki değeri ve önemini açıklamışlarıdır.

[1] Armand ve Michael Mattelart., **İletişim Kuramları Tarihi,** çev. Merih Zıllıoğlu, İstanbul: İletişim Yayınları, 1998, s.13-28.

Günümüzde ise uluslararası ekonominin yeniden yapılandırılması ve ekonomik üstünlüğün sürdürülmesinde enformasyonun dolayısıyla iletişim araçlarının kontrolünün rol ve önemi yadsınamayacak bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır[2]. Yerleşik bir küresel ekonomik sistemin kurulmasında enformasyonun en hızlı ve etkili şekilde aktarılması ve bu aktarımı sağlayan kitle iletişim araçlarına verilen önem arttıkça beraberinde iletişim alanında yapılan araştırmalar da, yeni kapitalist düzen içinde, kitle iletişim araçlarının aidiyetinden çıkan problemler ve kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde odaklanmıştır. Özellikle etkilenen olarak öne sürülen kültür kavramı, tartışmalarda önemli bir sorunsal olarak ele alınmıştır.

Kitle iletişim araçlarının etkisi üzerine sürdürülen tartışma ortamında, küreselleşmenin kültür üzerindeki etkileri, neden sonuç ilişkisi içerisinde şiddetli bir şekilde vurgulanmaktadır. Medyanın toplumdaki önemine de hizmet eden bu alanda yapılan pek çok araştırmada; insanları yeni siyasi ideolojilere inanmaya zorlama, daha fazla mal satın alma, kültürel beğenileri değiştirme ya da bırakma gibi medyanın nasıl kullanıldığı ve insanları nasıl etkilediği sorularının yanıtları aranır.[3]

Son zamanlarda dikkat çekilen bir diğer nokta ise küresel düzenin yayılma çabaları, karşısında, yarattığı düşünülen kimlik bunalımının tepkileridir. Küresel yayılmanın önce kolektif kimlikler olarak da adlandırılan ulusal kültürlere ama daha özelde ulusal kültürleri oluşturan yerel kimliklere yaptığı baskı, eleştirilerin hedefi olmuştur. Bu gerilimli etkileşim özellikle baskın kültür ile korunmaya çalışan kültürlerin bir savaşı haline gelmiş ve bu savaşta kitle iletişim araçlarının aidiyeti büyük önem arz etmiştir. Sonuç olarak çoğu toplum bilimci tarafından küreselleşme, *kamusal zamanın her geçen gün mekan boyunca daha türdeş ve evrensel hale gelmesi*[4]*,* yerelleşme ise bu "türdeş" ve evrensel kılınana karşı özgül

---

[2] Metin Işık, "Globalleşme-Yerelleşme ve Medya", Konya: **Selçuk İletişim,** Ocak 2001, s. 38.
[3] Erkan Yüksel, **Medyanın Gündem Belirleme Gücü,** Konya: Çizgi Yayınları, 2001, s.9.
[4] Sevda Alankuş (der.), **Habercinin El Kitabı: Radyo ve Radyoculuk**, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s.56.

deneyimlerin/kimliklerin bir karşı koyuşu[5] olarak dile getirilmiştir. Türdeşleşme olarak görülen küreselleşmeye karşı eleştiriler getiren iletişim bilimciler, yerel kültürlerin korunmasında yerel yayıncılığın önemine dikkat çekmektedir.

Küreselleşmenin temelinde yatan nedenler her ne kadar ekonomik gelişmeler olarak görülse de yeni ekonomi düzeninin yerleşmesi az önce değinildiği gibi toplumsal düzeni oluşturan yapı taşlarında gerçekleştirilecek olan amaca yönelik değişiklikler ile mümkün görünmektedir. Yeni piyasa şartları ulus-devletleri uyuma zorlarken, teknoloji ile paralel şekilde gelişen iletişim sistemleri imal edilen kültürün yayılması amacıyla kullanılmaktadır. Teknoloji, iletişim araçlarına ulaşımı kolaylaştırdıkça baskın kültürlerin yerleşik kültürler ile karşılaşmaları ve bu kültürlere nüfuz etmeleri kolaylaşmıştır. Örneğin daha hızlı iletişim için icat edilen telsiz sistemleri, teknolojinin ilerlemesi ile bir kitle iletişim aracı olan radyo haline gelmiş ve çeşitli dönemlerde bu araç, iktidarın ya da sermayenin amaçları için kontrolüne girmiştir.

Bu araştırma, ana hatları ile bahsedilen bu görüşlerden hareket ederek, yerel yayıncılık anlayışını algılamayı hedeflemektedir. 1990'lı yıllarda devlet tekelinden çıkan yayıncılık serüveninde, bir dönem sayısı bile net olarak tespit edilemeyecek şekilde artan yerel yayın kuruluşlarının tartışma platformlarında sıkça tartışıldığı üzere demokratik bir ihtiyaçtan mı türediği yoksa belirli siyasi kaygılar nedeniyle mi kuruldukları net bir biçimde ifade edilmemektedir. Neo-liberal politikaların, toplumsal yapının her noktasında hissedilen etkileri; ekonomik yapıdan başlayarak siyasi yapılanmada değişen yönetim anlayışı ve yükselen yönetişim kavramı, beraberinde kolektif kimlikleri oluşturan yerel kimliklerin bu süreç içerisinde kendini ifade edebilme isteği, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yayıncılık alanında farklı hareketlenmelerin yaşanmasını sağlamıştır.

Türkiye'de bir döneme damgasını vuran radyo yayıncılığı, Türkiye'de "modernleşme" hedeflerinin –başta kırsal kesimler olmak üzere- topluma

[5] Alankuş, a.g.e., s. 56.

benimsetilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır."[6] Ancak iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerleme, dünya geneline yayılan küresel ekonomi anlayışı ile birleşince, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye'de de mevcut iletişim sistemleri değişime uğramıştır. Bu değişime en çabuk ayak uyduran kitle iletişim aracı ise radyo olmuştur. Kuruluş maliyetinin televizyona göre düşük olması ve üretimin görece ucuzluğu, 1992 yılından başlayarak radyo sayısını hızla artırmıştır.[7] Yukarıda da belirtildiği üzere, radyo sayısının nicel olarak artmasının nitel getirisi bir merak konusudur. Bir yanda küresel olana karşı ulusal kültürlerin direnme çabaları, diğer yanda bu kültürleri oluşturan yerel kimliklerin küresel olanın yayılma hızı ile artan demokratikleşme söylemlerinin etkisiyle kendini ifade edebilme çabası farklı gerilimlere neden olmaktadır. Öyle ki bir yanda küresel dünyaya ayak uydurma çabası diğer yanda ulus bilincini koruma amacıyla yayıncılığa getirilen yasal sınırlamalar, ulus-devletlerin kendi içinde çelişkiler doğurmaktadır.

Bir açıdan bakıldığında küresel olanın güçlü üniter yapıları zayıflatabilmek bağlamında yerel olanı desteklediği düşünülebilir. Yeni dünya düzeni, ademi merkeziyetçi bir yapıyı şart koşarken, daha fazla demokrasi söylemi beraberinde çok sesli kitle iletişim sistemler isteğini getirmektedir. Ancak özde bakıldığında yerel olanın sesi konumunda tahayyül edilen yerel kitle iletişim örgütlenmelerinin içeriklerini oluşturan iletilerin özgünlüğünde problemler olduğu düşünülmektedir.

81 ilden oluşan Türkiye idari haritasında il başına ortalama 12 radyonun yayın hayatını sürdürdüğü göz önüne alındığında, yerel anlamda radyo yayıncılığının gelişmiş olduğu düşünülebilir. Ancak, bu radyoların iletişim araştırmalarında yer alan tanımlamalardan yola çıkıldığında kültürel motiflere ne derece sahip çıktığı ve ne kadar özgün olduğu bir soru işareti yaratmaktadır. Uzun yıllar devlet tekelinde kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı içinde gerçekleştirilen radyo yayınlarındaki tek düzelik özel sermayenin

---

[6] Alankuş, a.g.e., s.114.
[7] Özden Çankaya, **Dünden Bugüne Radyo Televizyon (Türkiye'de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci),** İstanbul:Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 1997, s. 81.

girişimleri ile kırılmış, buna rağmen çoğulcu bir yayın anlayışı sağlanamamıştır.

“Yerel Radyolarda İçerik Oluşturma Sürecine etki Eden Faktörler ve Bir Uygulama Örneği; Radyo KYÖD” adlı çalışmanın temelinde de bu soru yatmaktadır. Keza çok sesliliğin bir göstergesi olarak görülen yerel yayıncılık uygulamalarında bu bakış açısına ne derece yaklaştığı tartışılacaktır.

Anındalık, kolay ulaşılabilme, üretimdeki esneklik gibi temel özellikleri ile diğer kitle iletişim araçlarından ayrılan radyonun içerik oluşturma sürecinde de farklı dinamiklere bağlı kaldığı ya da kalması gerektiği düşünülmektedir. Ancak yayın akışlarında temel noktanın müzik olduğu, gözle görülebilir bir gerçektir. Her ne kadar müzik, üretim olarak evrensel bir yapıya sahip olsa da radyoların birer müzik kutusu haline geldiği yönündeki eleştiriler ve müzik dışında kalan içeriğin de yerel yayıncılık bağlamında yeterli olmadığı görüşü göz ardı edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bakış açısından hareketle çalışmamızın birinci bölümünde, küreselleşme ve yerelleşme süreçleri ile bu süreçlerde kitle iletişim araçlarının rollerinin tespit edilmesi amacıyla bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Önce ekonomik alanda başlayan küreselleşme olgusunun, tanımlanma çabalarından hareketle kültür üzerinde yarattığı baskılar, ulusal kimliklerin küresel politikalar karşısındaki durumu ve yerel kimliklerin rolü bu bölümde tartışılmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde radyo yayıncılığı ele alınmıştır. Radyo yayınlarının tarihsel gelişimi ile birlikte radyo yayıncılığında kamu-hizmeti yayıncılığı, tecimsel yayıncılık ve bu yayıncılık modellerine alternatif olarak gelişen radyo yayın modelleri tanımlanmaya çalışılmıştır.

Türkiye’de radyo yayıncılığının gelişimi ile birlikte çalışmamızın amaç ve varsayımlarının temellendiği Türkiye’de yerel radyoların durumu hakkında son durum, konuyla ilişkili diğer araştırmalardan alınan destek ile derlenmiştir.

Çalışmamızın son bölümünde tespit edilen sorun ve ortaya konulan varsayımların doğruluğunu sınamak amacıyla yapılan içerik analizinden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Bu veriler, araştırma evreni olarak belirlenen Radyo KYÖD'ün dört yöneticisi ile yapılan mülakatlardan alınan sonuçlar ile karşılaştırılacaktır.

1. Amaç

Yerel radyo kuruluşlarının, içerik oluşturma sürecinde göz önüne aldığı kriterleri tespit etmek ve bu tespitler çerçevesinde yerel yayıncılık bilinç ve sorumluluğunu kavramak. Ortaya çıkan veriler ışığında yerel yayıncılık tanımını ve uygulamasını karşılaştırmak.

2. Sorun

Yerel radyo yayıncılığı tecimsel yayıncılık prensiplerinin belirlediği sınırlar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. İçerik oluşturma süreci ve yayın akışları belirlenirken, yayın yapılan bölge insanın ihtiyaçları göz ardı edilmekte, diğer bir deyişle kamuya ait frekansları kullanan yerel radyo yayıncılarının, işitsel medya aracı olarak kamuya karşı görevlerini yerine getirmedikleri ya da kısmen getirdikleri görülmektedir.

3. Varsayımlar

- Yerel yayıncılık literatürde, farklılıkların temsil edildiği yapılar olarak gösterilmesine rağmen, ulusal ölçekte yayın yapan kuruluşların yayın

içeriğine alternatif bir yayıncılık anlayışı içinde gerçekleştirilmemektedir.

- Üretim gerekçeleri göz önüne alındığında diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmasına rağmen radyo yayıncılığında, tecimsel bakış açısının daha ağır bastığı düşünülmektedir.
- Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı yerini müzik ağırlıklı programlara bırakmakta, kitle iletişim araçlarının birinci dereceden görevleri olan haber verme, bilgilendirme ve eğitme gibi işlevleri mevcut yayın anlayışı içerisinde yerine getirilmemektedir.

4. Yöntem

Tespit edilen sorun ve çalışmanın amacı gereği, ortaya atılan varsayımların doğruluğunun tespit edilmesi amacıyla çalışmamızda iki farklı araştırma yönteminin kullanılması planlanmıştır. Bu yöntemlerden biri olan görüşme (mülakat) yöntemi ile yerel yayıncıların, yayıncılığa bakış açılarının tespit edilmesi planlanmaktadır.

Görüşme tekniği, bir konu hakkında, ilgili kişi(ler)den sorulacak sorular çerçevesinde bilgi almaktır.[8] Bu kişilerin kaç kişi ve konuların neler olacağı, araştırma konusuna, amaca bağlıdır. Görüşme tekniği, soruların niteliğine ve sorulan kişilerin durumuna ve sayısına göre iki farklı kümeye ayrılmaktadır. Nitel görüşme görüşülen kişiye, bir konu hakkında ayrıntılı, nitelikle ilgili sorular sorarak, konu ile ilgili ayrıntılı bilgi almaktır. Bu tip görüşme türüne "derinlemesine görüşme" türü denmektedir. Diğer bir yöntem olan nicel görüşme yönteminde ise nitel görüşmenin tersine, bir konu hakkında derinlemesine değil, yüzeysel olarak çok kişiden veri toplanır. Bunun için şıkları belirlenmiş soru cetvelleri oluşturulur ve yanıtların bu sistemleştirilmiş şıklar arasından seçilmesi sağlanır. Ancak yöntem sormaca tekniğinden

[8] Aysel Aziz, **Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim,** Ankara: Turhan Kitabevi, 2003, s.84.

gerek uygulanacak kişilerin seçiminde, gerek soruların hazırlanma aşaması gerekse de uygulanış tarzı ile ayrılmaktadır.[9]

Çalışmamızda ortaya koyulan varsayımların doğruluğunun test edilebilmesi açısından yayın yapan kuruluşların yönetici kadrosunu oluşturan çalışanların bakış açıları ve konu ile ilgili görüşleri önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle, araştırma evreni olarak tespit edilen Radyo KYÖD'ün yönetici kadrosuna, yerel yayıncılık bilinçlerini ölçmek amacıyla nicel görüşme yöntemi uygulanacaktır.

Elde edilen bulguların yayın akışına yansımasını ölçümleyebilmek bağlamında yayın akışı içerik çözümlemesi yöntemi ile incelenecektir. Bu yöntemi inceleyen araştırmacılardan Berelson'un tanımıyla içerik çözümlemesi yöntemi; iletişimin yazılı/açık (manifest) içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir.[10] İçerik çözümlemesi ile amaçlanan iletişim içeriğindeki eğilimleri belirlemek, yazılı kaynakların veya belgelerin bilinen özelliklerini ürettikleri mesajlar ile ilişkilendirmek, iletişimin içeriğini standartlara karşı test etmek, ikna etme veya bilgilendirme tekniklerini analiz etmek, stil üslup veya tarz analizleri yapmak, dinleyicinin bilinen özelliklerini onlar için üretilen mesajlar ile ilişkilendirmek, iletişimin kalıplarını belirlemek olarak sıralanabilir.[11] İçerik çözümlemesinin tanımından da anlaşılacağı üzere her zaman bir çıkarım bir bağlantı söz konusu olmaktadır.[12] İçerik çözümlemesinin amacı metinden hareketle sosyal gerçeğin belli boyutları hakkında veriler kazanmaktır. Gökçe'ye göre, mevcut metinlerden hareketle sosyal gerçeğin üç kısmına yönelik çıkarımlar yapılabilmektedir. Bunlar 'Kaynak', Alıcı' ve 'Durum'dur.[13]

---

[9] Aziz, a.g.e., s.85-86.
[10] Orhan Gökçe, **İçerik Çözümlemesi, Sosyal Bilimlerde Bir Araştırma Yöntemi**, Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları, 1995, s.16.
[11] Holsti'den aktaran Ali Balcı,'Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem Teknik ve İlkeler' **A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları** Ankara 1997 s.230-231.
[12] Gökçe, a.g.e., s.24.
[13] Gökçe, a.g.e., s. 49.

Bu araştırma, içerik analizi yöntemi ile duruma yönelik saptamalar gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Örneklem olarak belirlenen yayın kuruluşunun yayın içeriği önceden belirlenen kriterler çerçevesinde niceliksel olarak incelenecek ve yayın kuruluşunun mevcut durumu ortaya konacaktır. Bu çıkarımlarda değişkenler arasında hangi bağımlılık ilişkisinin kurulduğu, hangi değişkenlerin bilimsel olarak bağımsız ve hangilerinin bağımlı olarak görüldüğü, hangi bağımsız değişkenlerin hangi teknikle belirlendiği ve çıkarımların geçerliliğinin nasıl sağlandığı, bilinmek durumundadır.[14] Araştırma probleminin belirlenmesinden sonra örneklemin belirlenmesi, çözümleme kategorilerinin belirlenmesi, çözümleme birimlerinin belirlenmesi, sınıflama sistemi ve veri çözümleme tekniğinin geliştirilmesine dayanmaktadır. Kullanılacak yöntem açısından kodlama ve veri çözümleme işleminin birden çok kişi tarafından ve ayrı ayrı zamanlarda yapılması gerekliliği, kullanılan yöntemin güvenirliği açısından önemlidir.

4.1. Evren Ve Örneklem

Araştırma evreni olarak Kocaeli bölgesinde yayın yapan Radyo KYÖD seçilmiştir. Radyo KYÖD'ün araştırma evreni olarak seçilmesi kuruluş ve yapılanma sürecinin diğer radyolardan farklı oluşudur. Çalışmamızın ilerleyen kısımlarında detaylı bir şekilde değineceğimiz Radyo KYÖD, ticari faaliyet gösteren bir radyo olmasının yanı sıra ilişkileri açısından aynı zamanda bir topluluk radyosu olarak da sınıflandırılabilmektedir. Çalışmamızda da tartışıldığı üzere yerel yayıncılıkta topluluk radyolarının öneminden hareketle hem bir topluluk radyosu hem de faaliyetleri açısından ticari bir radyo olan Radyo KYÖD'ün araştırma evreni olarak seçilmesi, iki açıdan yerel yayıncılığın bölgemizdeki yansımasının tespit edilmesine olanak sağlamaktadır.

Radyo KYÖD'ün yöneticilerinden alınan bilgi çerçevesinde üç ayda bir değişen yayın dönemlerinden Ocak-Şubat-Mart 2005 yayın dönemi radyonun RTÜK kayıtları incelenerek içerik analizine tabii tutulacaktır. Ayrıca radyo

[14] Gökçe a.g.e., s.38.

yöneticileri ve personeli ile görüşme tekniği kullanılarak toplanacak veriler çerçevesinde yayıncıların yerel radyo yayıncılığı hakkındaki bilinçleri tespit edilecektir.

4.2. Araştırma Analiz Kategorileri

Öne sürdüğümüz varsayımların doğruluğunu sınamak amacıyla yayın içeriğini incelerken şu kriterler göz önüne alınmıştır;

Kategoriler	Alt Kategoriler	
Program Formatları	Haber	Yerel Haberler
		Ulusal Haberler
		Dünya Haberleri
	Kültür-Sanat	
	Eğitim-Sağlık	
	Müzik-Magazin	
	Aktüel	
Müzik	Türkçe Pop	
	Türk Sanat Müziği	
	Türk Halk Müziği	
	Fantezi/Arabesk	
	Yabancı Müzik	
Zaman	Söz	
	Müzik	
	Reklam-Tanıtım	

Tablo 1: İçerik Analizi Doğrulama Tablosu

1. Kategori: Yayın akışı içerisinde yer alan tüm programlar bu kategoriyi oluşturmaktadır. Kategori içerisinde Haber, Kültür-Sanat, Eğitim-Sağlık, Müzik-Magazin ve Aktüel program türleri, alt kategoriler olarak incelenecektir. Yayın içerisinde yer alan haber programları ve haber bültenlerinde sunulan haberler ise yerel, ulusal ve dünya haberleri olarak alt kategorilerde tasniflenmiştir.

2. Kategori: Yayın akışı içinde yer alan müziklerin türleri bu kategoriyi oluşturmaktadır. Türkçe Pop alt kategorisi altında kriter olarak, Batı müziği ritimlerini taşıyan müzik eserleri sayılmıştır. Türk Sanat Müziği kategorisinde ise Türk müziğine has ritimlerin ve müzik aletlerinin kullanıldığı, güftesi ile diğer müzik türlerinden ayrılan sanat eserleri takip edilmiştir. Türk Halk Müziği kategorisinde, geniş halk kitleleri tarafından bilinen ağırlıklı anonim ve Anadolu motiflerini taşıyan müzikler yer almaktadır. Geriye kalan Türkçe sözlü müzikler Fantezi/Arabesk kategorisine yabancı sözlü müzikler ise türüne bakılmaksızın yabancı müzik kategorisine dahil edilmektedir.

3. Kategori: Zamansal olarak konuşma süresi, müzik süresi ve reklam-tanıtım sürelerinin oranlarının karşılaştırılması bu kategori kapsamına dahil edilmiştir. 24 saat üzerinden yapılan ayrımda programlardaki konuşma süreleri, reklam-tanıtım kuşakları ve müziğe ayrılan süre birbirleriyle kıyaslanacaktır.

BÖLÜM I
KÜRESELLEŞME MİTİ VE YERELLİK

1.1. Küreselleşme Sürecine Genel Bir Bakış

1.1.1 Küreselleşme nedir?

Toplumsal yapılarda yaşanan değişimi anlama ve açıklama çabaları her dönemde olduğu gibi günümüzde de yoğun bir şekilde sürmektedir. Yapılan araştırmalar ağırlıklı olarak bu değişimin nedenleri ve sonuçları üzerinde dururken, bilimsel eksende yaşanan tartışmaların tek bir kavram etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Her ne kadar geride bıraktığımız on yıllık süreçte küreselleşme kavramı, günümüz dünyasında olup bitenleri açıklama iddiası taşıyan popüler kavramlardan birisi[15] haline gelmiş olsa da, toplumsal değişimlerin getirdiği bir sonuç ve aynı zamanda günümüzde yaşanan değişimlerin bir nedenidir. Köken olarak 400 yıl kadar eskiye dayanan küresel (global) sözcüğünün bir kavram (globalization) olarak ortaya çıkışı 1960'lı yıllara tekabül etmektedir. 1980'li yıllarda dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler, bilgi ekonomisinin öne çıkması ve yakın tarihte yaşanan neo-liberal politikaların yükselişi gibi olayların sonucunda sıkça sözü edilen bu kavramın, tam olarak 1990'lı yıllarda bilimsel alanda da kabul edilip tartışılan kilit konulardan birisi haline geldiği iddia edilmektedir.[16]

Ancak kavramın içeriği ve kapsamı üzerine sürdürülen tartışmalar en az kavramın tanımladığı düşünülen durumlar kadar sancılıdır. Alankuş'a göre küreselleşme kavramı etrafında götürülen tartışmaların, genel olarak birbirine zıt iki yaklaşım etrafında toplandığı görülmektedir. Küreselleşmeyi kapitalizmin gelişim süreci içerisinde varılan ve insanlığın erişebileceği en üst siyasal/ekonomik aşama olarak gören görüş, bu yaklaşımlardan biridir. Bu görüşe göre Batının temsil ettiği durum dünyanın geri kalan kısımlarının evirileceği/evirilmesi gerektiği savından hareket etmektedir. Küreselleşme böylelikle üçüncü dünya için tek "doğru" ve "kaçınılmaz" yol olarak görülen Batılılaşma ve modernleşme sürecinin bir başka adı olmaktadır. Bir diğer görüş ise bu yaklaşımın tam tersini iddia etmektedir. Küreselleşmenin emperyalizmin günümüzde almış olduğu yeni biçime işaret ettiğini,

---

[15] Sevda Alankuş, Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya**,** **http://www2.bianet.org/diger/arsiv.htm**

[16] Mehtap Y. Gür**, "**Çok Bilinmeyenli Kavram Küreselleşme" **Karizma Dergisi,** Ekim Kasım Aralık Yıl 5, Sayı 20 İstanbul, 2004, s.93.

kapitalizmin çıkarları doğrultusunda bir ekonomik, kültürel/siyasal tek tipleş(tir)menin adı olduğunu iddia etmektedir.[17]

Kavramı tanımlama çabaları işte bu noktada karşıt görüşlerin gerilimleri içinde farklılık göstermektedir.

Küreselleşme; politika ve kültürü, ulus-devletin dar görüşlü taşralılığının üstüne çıkaran ve dünyanın tüm halkları arasında yeni bağlantıları ve karşılıklı bağımlılıkları gündeme getiren bir olgu olarak görülmektedir. Birinci, ikinci ve üçüncü dünyanın hareketleri arasında bir ittifak kurulmasını mümkün kıldığı düşünülen küreselleşmenin, dünya halkları arasında kurulan ilişkileri yeniden müzakere etme ortamı doğurduğu iddia edilmektedir.[18]

Anthony Giddens modernleşmenin bir sonucu olarak algıladığı küreselleşmeyi; dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır. Yerel oluşumlar millerce ötedeki olaylar ile biçimlenmektedir. Uzak yerleşimler, yolların ötesinde birbirleriyle bağlanmaktadır. Giddens'ın bu görüşüne göre; Singapur'daki bir kentsel alanın artan gelişmişliği, küresel ekonomik bağları içeren karmaşık bir şebeke yoluyla Pittsburgh'da, yerel ürünleri dünya pazarında rekabete giremeyen bir bölgenin yoksullaşmasıyla nedensel biçimde ilişkili olabilir.[19] Giddens'e göre çok karmaşık bir olgu olan küreselleşme, mekansal açıdan uzakta oluşan olayların bireyin kişisel yaşamına etkide bulunabildiği bir durumu ifade etmektedir.[20]

Bu söylev, içerik olarak başka şekillerde de dile getirilmektedir. Örneğin Geray, küreselleşmeyi, malların ve sermayenin, hizmetlerin, enformasyonun ve emeğin tek tip düzenleme altında dünya çapında dolaşımı ve bunun

---

[17] Alankuş, a.g.e., **http://www2.bianet.org/diger/arsiv.htm**
[18] Krishan Kumar, **Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları,** çev. Mehmet Küçük, Ankara: Dost Kitabevi, 2004, s.71.
[19] Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları,** çev.Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998, s. 62-63.
[20] akt. Metin Işık, "Globalleşme- Yerelleşme ve Medya", **Selçuk İletişim Dergisi**, Sayı 4 Cilt 1 Ocak, 2001 s.38-43.

giderek anındalaşmaya yönelmesi olarak tanımlamaktadır.[21] Ancak Giddens, küreselleşmenin sağladığı yararlar, kazandırdığı deneyimler ve getirdiği musibetler ne olursa olsun önceki dönemlerde var olan ekonomiden özellikle farklı bir şey olmadığını dünyanın büyük ölçüde eskisi gibi döndüğünü söylemektedir[22].

Küreselleşme kavramı Kongar'a göre, dünyanın yaşadığı tarım ve endüstri devrimlerinden sonra ortaya çıkan üçüncü büyük devrimin, yani iletişim–bilişim devriminin görüntülerinden biridir.[23] Çağdaş filozof Bauman ise, küreselleşmeyi dünyanın kaçamayacağı kaderi ve geri dönüşü olmayan bir süreç olarak tanımlamaktadır.[24]

Öte yandan *Mc Luhan'ın "evrensel köy"* benzetmesiyle işaret ettiği, birbirlerinden giderek daha fazla haberdar olan bir dünya düzenine denk düşen küreselleşme*, "küresel ölçekte işleyen, sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekan bileşimlerinde birbirleriyle bütünleştirip bağlayarak gerçekte ve deneyimde dünyayı bir birine daha bağımlı duruma getiren süreçler"* şeklinde tanımlanabilir*.* Kimi zaman *"uluslararasılaşma" ve ulusüstüleşme"* ile aynı anlamda kullanılmakta*,* siyasal parametrelerce tanımlanmış mekansal sınırların aşılmasını vurgulamaktadır*.*[25]

Küreselleşme, günümüz dünyasında yeni ortaya çıkan veya şimdilerde daha da belirgin hale gelen çeşitli faktörlerin etkisi sonucunda, insani varoluşun sosyal, kültürel ve iktisadi yönleri bakımından coğrafi sınırların önemini yitirmeye başlaması ile birlikte toplumların da gitgide bunun bilincine varmaları sürecini ifade eden bir kavram olarak algılanmaktadır.[26]

---

[21] Işık, a.g.e., s.38-43.
[22] Anthony Giddens, **Elimizden Kaçıp Giden Dünya,** çev. Osman Akınhay, İstanbul: Alfa Yayınları, 2000, s.20.
[23] Emre Kongar, **Küresel Terör ve Türkiye,** İstanbul : Remzi Kitapevi, 2001, s.27.
[24] Zygmund Bauman, **Kürselleşme,** çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s.7.
[25] Alankuş, a.g.e., s.55.
[26] Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı "Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu" Ankara, 2000, **http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf** s.55.

Bu tanımlama çabalarını çeşitlendirmek mümkündür. Örneğin küreselleşme, dünya da birçok ekonomik, finansal, politik, ulusal güvenlik, çevresel, sosyal, kültürel ve ulusal eyaletler arası teknolojik bağlantılar, piyasalar ve bireyler yoluyla kıtalararası mesafeleri birbirine bağlayan bir ağ olarak tanımlanmaktadır.[27] Bir başka açıdan küreselleşme, küresel mali sistem ile uluslararası şirketlerin faaliyetleri, küresel iletişim ile medya ağlarının varlığı, küresel üretim ile yaygın bilgi akışı (küresel nüfus hareketleri ve göç gibi faktörlerle birlikte), çok kültürlü değerlerin Batı kültürü ya da daha başka bir ifadeyle bir ulus-devlet olarak tanımlanan yerel toplumları kuşatan küresel toplum içinde erimesi gibi bağlantılara da atıfta bulunmaktadır.[28]

Çoğu küreselleşme analizi uluslararası bir finans ağının oluşması, çokuluslu şirketlerin yaygınlaşması, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, neo-liberal ekonomi politikalarının dünyanın dört bir yanına yayılması gibi gelişmeleri küreselleşmenin temeline oturtmakta ve kavramın açıklanma çabası bu orijinde devam ettirilmektedir. Elbetteki insanlık tarihinin diyalektik döngüsü içerisinde yaşananlar mevcut durumun temelini oluşturmaktadır. Böyle bir süreçte küreselleşmenin yeterli bir kavramsal olgunluğa ulaştığı ve üzerinde fikir birliği oluşan bir tanımı olduğu söylenemez. Bununla birlikte, küreselleşmenin en yaygın kullanımda mal ve hizmetlerin, üretim faktörlerinin, teknolojik birikimin ve finansal kaynakların ülkeler arasında serbestçe dolaşabildiği ve faktör, mal, hizmet ve finans piyasalarının giderek bütünleştiği bir süreç anlamı taşıdığı söylenebilir. Bu alanlarda ulus devletlerin etkisinin giderek zayıflaması, buna karşılık çokuluslu şirketlerin başat bir rol üstlenmesi de küreselleşme sürecinin en temel özellikleri arasında yer almaktadır. Tarihsel bir döngü içerisinde ele alındığı vakit 1929'da yaşanan büyük bunalımdan sonra liberalizmin büyük ölçüde etkisini kaybettiği ve modifiye edilerek Keynesyen Refah Devleti modelinin ortaya çıktığı gerçeği ile karşılaşılmaktadır. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren Friedman**'**ın liberalciliğe ve kapitalist düzene övgülerle dolu düşüncelerinin

---

[27] Globalization: What Is It? Countryscope **www.countrywatch.com/@school/globalization.htm**

[28] Christopher Newman, "Realizm: Küreselleşme ve Bağımsız Devlet", çev. Muammer Türker, **Türkiye Günlüğü**, Sayı 64, Kış 2001, s.81.

dünyada yaygınlığa ve oldukça geniş bir onaya ulaşmasından sonra ikinci yeni liberalcilik olayına tanık olunmaktadır.[29] Tutar'ın da belirttiği gibi ülkeleri birer işletme ya da firma mantığıyla değerlendiren bu anlayış, onlara serbest piyasanın gereklerine göre rol almalarını telkin etmektedir. Bu durum siyasi ve stratejik vizyondan mahrum birer finans ve ticaret bakanlığına dönüştürülen ülkelerin, iç ve dış politikalarında tarihsel ve kültürel değerlere göre davranmak yerine ekonomik güdülerle hareket etmek zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır.[30]

İktisat dışındaki sosyal bilimcilerin ise küreselleşme sürecinin "sosyal ilişkilerde ve karşılıklı bağımlılıkta dünya çapında artış" gibi özelliklerini ön plana çıkardıkları görülmektedir[31]. Sonuç olarak ister ekonomik ister politik ister sosyal yönden tanımlansın, küreselleşme kavramının etkili iletişim ağları ve enformasyon akışı ile biçimlendiğini görmekteyiz.

Son çeyrek yüzyılda hızlanan ve küreselleşme olarak nitelenen sürecin ortaya çıkmasında bilişim ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim, taşıma-ulaştırma maliyetlerindeki azalma ve bunların üretim teknikleri ve piyasaların bütünleşmesi üzerinde yarattığı köklü değişiklikler kuşkusuz önemli ölçüde etkili olmuştur. Bugünkü küreselleşme sürecinin kökenleri neoliberalizmin 1970'li yılların sonlarında başlayan yükselişiyle yakından ilişkilendirilebilir.

Günümüzde uluslararası ekonomik ilişkilerde eski korumacılık anlayışının yerine serbest ticaret görüşü benimsenmektedir. Sadece dış ticaret alanında değil, mali ve parasal alanlarda da liberalleşme sürecinin geliştirilmesi gerektiği savunulmaktadır. Devletin vergi, borçlanma, para gibi araçları piyasa ekonomisinin işleyişini bozmayacak şekilde kullanması savunulmaktadır. Özetle, *dünya da uygulanan ekonomik sistem ve ekonomi politikaları giderek birbirine yakınlaşmaktadır. Kısaca, küresel ekonominin*

---

[29] C. Talas, "Liberalciliğin Geri Dönüşü ve Sonrası", **Amme İdaresi Dergisi**. Cilt: 26, Sayı: 3, Eylül, 1993, s.3.
[30] B. Tutar, "Kapitalist Devrim Projesi", **Yeni Şafak Gazetesi**, 5 Nisan 2004, s.9.
[31] Fikret Şenses, "Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel mi?", **ERC Working Paper in Economic,** 04-09 August, 2004
http://www.erc.metu.edu.tr/menu/sayfa.php?icerik=04_09&lang=eng&nav=yes

daha yoğun olarak gündeme gelmesiyle birlikte serbestleşme daha fazla önem kazanmaktadır. Siyasi alanda ise demokrasi küresel bir değer olarak daha fazla ön plana çıkmaktadır.[32]

Ancak farklı noktalardan yaklaşanlar, küreselleşme söyleminin, neoliberalizm etiketi ile yaftalanmış olarak 1990'lardan itibaren giderek yaygınlaştığını, popülerleştiğini ve toplumsal değişim çözümleri içinde anahtar kavram konumuna yükseldiğini savunmaktadır.[33] Martin Shaw'ın da belirttiği gibi, özellikle 1990'lar ortası dönemden beri, küreselleşme söylemi, bir taraftan soğuk savaş sonrası uluslararası siyasal, ekonomik ve kültürel ilişkilerin çözümlenmesinde, diğer taraftan da hem modernite üzerine yapılan tartışmalarda, hem de farklı demokrasi söylemleri içinde temel gönderim noktası olarak işlev görmeye başladı.*[34]*

Günümüzde küreselleşmenin tanımlanmasında dünya toplumlarının birbirine benzeme süreçlerini, buna bağlı olarak tek bir global kültürün ortaya çıkmasını; bazen de toplulukların ve kimliklerin kendi farklılıklarını ifade etme ve tanımlama sürecinde kullanıldığını görmekteyiz.[35]

Özellikle türdeşleşme tehlikesine dikkat çeken araştırmacılar, küreselleşme sürecinin kültürel çeşitliliği tehdit altına alan yeni bir dünya düzeni olduğunu savunmaktadırlar. Ekonomik alanda ulus-devletler giderek küreselleşmenin boyunduruğu altına girerken, kültürel alanda da tüm dünyaya hitap eden bir "dünya müziği" veya "küresel sinema"nın da ötesinde

---

[32] Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, a.g.e., **http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf**
[33] Fuat Keyman, "Globalleşme Söylemleri ve Türkiye" **http://www.stratejik.yildiz.edu.tr/makale5.htm**
[34] akt. Keyman, **http://www.stratejik.yildiz.edu.tr/makale5.htm**
[35] E. Fuat Keyman ve Ali Yaşar Sarıbay, (der.), "Küreselleşme, Siyaset ve Toplumsal Yaşam", **Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam**, Konya:Vadi Yayınları, 1998

"dünya popüler kültürü" üreten sınırlar ötesi kapitalizm, kendi kültürünü ve değerlerini yayarken önüne gelen yerel kimlikleri de ortadan kaldırmaya çalışmaktadır.[36] John Thomlinson tarafından "kültürel olarak yabancı bir kültürün değer ve alışkanlıklarını, yerli bir kültür pahasına yaymak ve yüceltmek için ekonomik ve siyasi güç kullanması"[37] olarak tanımlanan bu süreç, kültürlerarası çatışma ve gerilimlerin de sebebi olmuştur.

Küreselleşmeye ilişkin yorum ve değerlendirmeler çok geniş bir yelpazede sürdürülmekte olup küreselleşmeyi, her şeyi değiştiren, kaçınılmaz, tartışma götürmez ve kesinlik kazanmış bir eğilim olarak gören mutlak küreselleşmeci tavırdan, küreselleşmenin ilk kez yaşanan bir gelişme olmadığı, tarihi görelilik perspektifinden bakıldığında önemi ve sonuçları itibariyle de yepyeni bir olgu olmadığını savunan tavra ve küreselleşmenin bir abartma olduğu ve dünya ekonomisinin küreselleşmiş değil, üç ya da daha fazla kutuplu uluslararasılaşmış bir yapı olarak görülmesi gerektiğini savunan yaklaşımlara kadar çok sayıda farklı açıklama, bu konuda geniş bir tartışma arenasını beraberinde getirmektedir.

1.1.2 Küreselleşme ve Kültürler arası Etkileşim

Küreselleşme denince akla gelen ilk olgu, kültürlerarası etkileşimde artan yoğunluk ve hatta tek taraflı olduğu iddia edilen kültür ihracatıdır. Küreselleşme kavramına yönelik olarak geliştirilen tüm tanımlarda, genel olarak ekonomik boyuttaki değişikliklerin diğer alanlarda değişmeleri öncelediği dikkat çekmektedir. İktisat ve siyaset teorisyenlerinin yukarıda belirtilen küreselleşme tanımları tecrit edildiğinde geriye kalan tanımlama çabalarında ağırlıklı olarak kültür kavramına ve kültürlerin negatif etkileşimlerine değinildiği görülebilir. Ancak Waters gibi düşünürler,

---

[36] Ali Murat Yel "McDonalds'a Karşı Simit Sarayları: Küreselleşme Karşıtı Hareketler", **Karizma Dergisi,** Ekim Kasım Aralık, Yıl: 5, Sayı 20 İstanbul, 2004, s.111-115.
[37] John Tomlinson, "Kültürel Emperyalizm" çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s.15-16.

küreselleşmenin hızını arttıran temel unsurun insanlar arasındaki kültürel sembol alışverişinin artışına bağlı olduğunu vurgulamaktadır.[38]

Özellikle iletişim biliminin önde gelen araştırmalarında, küresel bir kültür tahakkümünden ve meta kültüründen bahsedilmektedir. Frankfurt Okulu kuramcıları, kültürün kendisinin bir 'endüstri' ve kültürel varlıkların çoğunun da metalar haline gelmiş bulunduğunu öne sürmektedirler. Kültürün üretimi yaklaşımı olarak adlandırılabilecek bu yaklaşım[39], sembol sistem üretiminin temel faaliyet olduğu ortamda üretilen kültür öğelerinin; süreçleri yaratma, işleme, pazarlama, sergileme, değerlendirme ve tüketme özellikleri üzerinde odaklanır. Frankfurt Okulu'nun tüketiciliğe ilişkin eleştirisi Max Horkheimer ve Theodor W.Adorno'nun birlikte kaleme aldıkları "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı eserde temellendirilen "Kültür Endüstrisi" çözümlemesine dayanmaktadır. Adorno'nun başını çektiği bu sava göre, temelde kültür girdileri ve bunlara gösterilen tepkiler ve uyarlanmalar birbirine benzemektedir ve aynı toplumsal süreçte önceden imal edilmektedir.[40] Bu düşüncenin temelinde kitlelerin artık gündelik yaşamlarına karşı iyiden iyiye kuntlaştığı, umutsuzluğa bile kapılmak yetisinden yoksunlaştırıldığı iddia edilmektedir. Bu iddiaya göre kültür, hemen hemen tümüyle emeğin gündelik üretiminin girdisi olarak 'eğlenceye' dönüşmüştür.[41]

Kültür endüstrisi, eleştirel teori düşünürlerine göre, insanı geçmiş dönemdeki tahakküm yöntemlerine ve pratiklerine oranla çok daha ince ve etkin yöntem ve pratiklerle cendere altında tutmaktadır. Bu durum kendini en fazla tüketin alanında göstermektedir. Halka düşen görev, kendi tipi için seri halde üretilen ürünleri tüketmektir. Birer istatistik malzemesi olarak tüketiciler, propaganda mekanlarından artık bir farkı kalmayan araştırma mekanlarının haritalarında gelir gruplarına göre ayrılmakta ve kırmızı, yeşil, mavi alanlara

---

[38] akt. Nalan Yetim, "Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel?" **Doğu Batı Dergisi,** Sayı 18 Şubat- Mart-Nisan 2. Baskı, Ankara, 2002, s.134.
[39] Konca Yumlu, **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları,** İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları, 1994, s.36.
[40] Thomas Krogh, "Frankfurt Okulunun Kültür Analizi"**,** der. Mehmet Küçük, **Medya İktidar İdeoloji**, Ankara: Ark Yayınları 1999 s.258.
[41] Ahmet Oktay, **Türkiye'de Popüler Kültür,** İstanbul : Yapı Kredi Yayınları, 1994, s. 67.

dağılmaktadır.[42] Max Horkheimer daha sonra "Akıl Tutulması"nda da vurguladığı gibi; kitle kültürünün sunduğu bütün araç ve kolaylıkların, bireysellik üzerindeki toplumsal baskıları güçlendirmekte olduğunu ve modern toplumun atomize edici işleyişinin, bireyin direnme imkanını, kendini koruma gücünü elinden aldığını ifade etmiştir.[43]

Adorno ve Horkheimer'den sonra Herbert Marcuse, tüketim toplumu ve tüketim kültürünün, bireyleri tüketime dayalı yaşam biçimlerini "*satın almaya*" zorlayan "*yanlış ve sahte ihtiyaçlar*" ürettiğini ileri sürmüştür. Marcuse, tüketim kültürünün yarattığı bireyselliğin, sömürü ve toplumsal kontrolü sağlamak amacıyla geliştirilen yarı bireysellik olduğunu savunan ilk düşünürlerdendir.[44]

Habermas da bu durumun bir kültürel mallar piyasası oluşturduğunu iddia etmektedir. Bu piyasada eserlerin sadece pazarlanması ve ayıklanması, gösterilmesi ve sergilenmesi değil aynı zamanda meydana getirilmesi ve tüketici kültürünün geniş alanlarında sürüm stratejilerinin oluşturulması da gerçekleştirilmektedir. Habermas "kitle kültürü" olarak adlandırılan yeni kültür biçiminin bu şüphe uyandırıcı adını, kamusal topluluğu özü zedelenmemiş bir kültür doğrultusunda yetiştirmek yerine görece düşük eğitim standardına sahip tüketici gruplarının rahatlama ve eğlence ihtiyaçlarına uyum sağlayarak artırmasından aldığını düşünmektedir.[45]

Kitle kültürü bir üretim biçimine dönüşmüştür; Hall ve Whannel kitle kültürü eleştirmenlerinin görüşlerinden hareketle; kitle kültürünün işlevlerine yönelik eleştirileri şu şekilde dile getirmektedir:

---

[42] Max Horkheimer ve T. W. Adorno, **Aydınlanmanın Diyalektiği,** çev. O. Koçak, İstanbul : Kabalcı Yayınları, 1996, s, 11-12.
[43] Max Horkheimer, **Akıl Tutulması**, çev. Osman Koçak, İstanbul : Metis Yayınları, 1990, s. 166.
[44] Davit West, **Kıta Avrupası Felsefesine Giriş**, çev. Ahmet Cevizci, İstanbul :Paradigma Yayınları, 1998, s, 97.
[45] Jürgen Habermas, **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü,** çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları, 1997, s. 286-287.

"*Bir avuç insanın elinde toplanan iktidar kitle kültürünün inceltilmiş manipülasyon teknikleriyle sürdürülmektedir; kitle kültürü kitlesel olarak bir formüle göre üretilen ve yaratıcılığa yer vermeyen bir süreçtir; insanlar bu kültür nedeniyle toplumun katılımcıları yerine başkalarının ürettiklerinin edilgin tüketicileri haline gelmişlerdir; kitle kültüründe medya bize yapay bir dünya görünümü sunar ve gerçeklik duygumuzu tanımlar, yaşantımızı basmakalıp yargılar şeklinde düzenler; kitle kültürü bizi birbirimize benzer hale getirir; kitle kültürü halk sanatını yok eder, popüler sanatın kökünü kurutur ve yüksek sanatı tehdit eder; medya kitle kültüründe gereksinimlerimizi ve arzularımızı tatmin etmektense sömürür, kitle kültürünün tanımlayıcı bir unsuru da kişilik kültürüdür ve kitle kamusal topluluklar yerinden ettikçe, hakiki bireyin yerine de kişilik kültü (insanın ne olduğunun, ne yapmış olduğunun değil imajının, görünen yüzünün vurgulanması) alır; kitle kültürü ürünleri insanların gerçeklikten kaçmalarına imkan verir."*[46]

Birçok Batı toplumunun merkezine yerleşen kültür sanayileri, görüntüyle dolup taşan bir çevre yaratma yönünde bitmek bilmeyen çabaları sayesinde istenen kültürün inşasını sağlamaktadır. Kültür artık, geçim sağlama şeklinde ciddi bir işin ilavesi olmayıp büyük ölçüde bu işin bir parçası haline gelmiştir. Çok sayıda insan kültür sanayilerinde çalışmakta ve boş zamanlarında yine bu sanayinin ürünlerini tüketmektedir.[47] Bu kültür biçimi özünde pazarlanabilmektedir ve bir ticari faaliyet olarak mümkün olan en geniş izleyici kitlesine satılabilmektedir.[48] Oskay, modern insanın, yaşadığı 'elektronik çağın kültürü içinde' sunulan toplumsal yaşamı anlamlandırabilmek adına, bu kültürü kabullendiğini belirtmektedir. Kitle kültürünün bir meta fetişizmi olduğunu söyleyen Oskay, kapitalizmin yaygınlaşmasının doğal sonucu olarak tüketim ihtiyacının bilinçli olarak arttırıldığını ifade etmektedir;

---

[46] akt.Erol Mutlu, "Popüler Kültürü Eleştirmek" **Doğu Batı Dergisi**, Yıl 4, Sayı 15, 2. baskı s.11-42.
[47] Kumar, a.g.e., s.218.
[48] Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan**, Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1994, s.124.

"Meta fetişizminin yaygınlaşmasıyla ve kapitalizmin (pazar ilişkilerinin) kırsal kesimlere girmesiyle birlikte yaşadığı erilgen ve akışkan toplumsal hayatı anlamlandırmakta güçlük çeken insanların çoğaldığı bu yeni dönemde, düzenin ekonomik çıkarları, düzenin bir zamanlar kuruluşuna temel teşkil eden öğelerden olan Kalvinizmin 'insan için acısız haz yoktur' ilkesini de kısa bir sürede terki gerektirmeye başlamıştır. Kitlelere tüketimin zevk ve mutluluk olduğu inancının benimsetilmesinin, giderek, tüketim yoluyla bireyin toplumsal gerçeklerden kaçışına da yarayacağı anlaşılmaya başlamıştır.Tüketimin yaşamla ilgili olarak, böylelikle çok yönlü anlamlar kazanması çağdaş insanı, yarışmacı ve gösterişçi kültürel düzenlemelerin etkisiyle başkalarından geri kalmayacak derecede tüketimin nimetlerinden yararlanmaya yöneltmiştir."[49]

Oskay'a göre yukarıdan aşağıya doğru pompalanan "tüketim ideolojisi" toplumsal farklılıkları sözde ortadan kaldırmıştır. Toplumsal ilişkilerin anonimleşmesi; anonimleşen toplumsal ilişkilerin erişilmekten alıkonduğumuz toplumsal statülerin simgeleri olan giysi ve davranışlarla donandığımızda sözde elde edilmesine yönelik "araçsallaşma" özelliği kazanması, tüketime yapay bir rasyonellik kazandırmıştır.[50]

Neo-liberal iktisat teorisyenleri de, kapitalist sistemin hüküm sürdüğü toplumlarda sistemin devamlılığı için kültürel, ahlaki, entelektüel ve siyasi hiçbir sınırlamanın olmaması gerektiği düşüncesi içindedir.[51]

Duruma ideolojik bir bakış açısı getiren Hall, kültürel alanda öne sürülen küreselleşmenin aslında Batı-Amerikan kültürünün dünya egemenliği kurarak bütün toplumlarda türdeşleşmeyi sağlama eğilimi olduğuna işaret etmektedir. Bu kültürün kendine özgü bir türdeşleştirme biçimi olduğunu savunan Hall, bir kültürel temsil biçimi olarak küresel kitle kültürünün, farklılıkları özümseyerek, daha büyük, her şeyi kapsayan ve aslında Amerikan tarzı bir anlayışı olan

---

[49] Ünsal Oskay, **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım,** İstanbul: Der Yayınları, 2000, s.179-180.
[50] Oskay, a.g.e., s. 407-408.
[51] Jean Baechler, **Kapitalizmin Kökenleri**, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Yayınları, 1994, s. 38.

çerçevenin içine yerleştirmek istediğinden bahseder.[52] Türdeşleşen toplumlar birbirine benzemenin ötesinde kendileri olmaktan çıkarak, etkilerine girdikleri hakim kültürün kötü kopyaları olmaktadırlar. Hall duruma şu bakış açısını getirir;

> "*Modern sermaye ve üretim koşulları altında toplum daha karmaşık ve çok yönlü bir biçime büründükçe daha çoğulcu olarak yaşantılanır. Bölgelerde, sınıflarda ve alt sınıflarda, kültürlerde ve alt-kültürlerde, komşuluklarda ve cemaatlerde, çıkar gruplarında ve azınlık birliklerinde çeşitli hayat örüntüleri şaşırtıcı bir karmaşıklıkta yeniden oluşturulur ve yeniden oluşturulur. Böylece aşikar bir çoğulluk, toplumsal dünyayı sınıflandırma ve düzenlemenin sonsuz çeşitlilikteki tarzları kendilerini, önceki çağların büyük üniter ideolojik evereninin, büyük 'meşruluk kubbeleri'nin yerine geçen 'kolektif tasarımlar' olarak sunar*."[53]

Hall, Franfurt Okulu temsilcilerinin görüşlerine paralel olarak yeniden üretime dikkat çekmektedir. İdeolojik bir uzlaşma oturan bu görüş, Lull tarafından bir toplumsal grubun diğerleri üzerinde egemenlik ya da güç kurması olarak ifade edilmektedir. Lull'a göre kitle dolayımlı ideolojiler, etkili bilgi dağıtımı yapan araçlarla ilişki içindeki bir sistem tarafından desteklenmekte, güçlendirilmekte, toplumsal ve kültürel gerçekliğin her yanına yayılan toplumsal pratiklere dönüşmektedir.[54]

Küreselleşmenin, hayat tarzları ve hedeflerde aynılaşma sağlayarak, millî kültürleri aşındırıp yok edeceği, bu kültürlerin "yüksek değerler"i temelinde yeni bir "dünya kültürü" ortaya çıkaracağı iddiası ilgi toplamaktadır. Egemen merkez olarak Batı, bağımlı çevre için, küresel bir benzeşimi öngören bir kültür amaçlamaktadır.[55] Özellikle 20. yüzyılda yaşanan teknolojik

---

[52] Stuart Hall, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", (der.), Anthony D. King, **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, çev. Seçkin Gülcan ve Ümit H. Yolsal, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1998, s.49.
[53] Stuart Hall**,** "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki" çev. Mehmet Küçük, **Medya İktidar İdeoloji**, Ankara: Ark Yayınları, 1999 s.233.
[54] James Lull, **Medya İletişim Kültür,** çev. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları, 2001, s.53.
[55] Sadık Güneş, **Medya ve Kültür; Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı,** Ankara :Vadi Yayınları 2001, s.30.

sıçramalarla yeni dünya düzeni hızla yayılmaya başlamış ve henüz ulusal düzeyde sanayi kuramayan toplumlarda akıl almaz bir sosyo-kültürel değişime neden olmuştur. Batı Avrupa'nın birkaç yüzyılda ulaştığı birikimle edindiği kültürel değerler, çağdaş uygarlık düzeyini yakalamak isteyen ülkeler için kaçınılmaz yenileşme olarak algılanmıştır.[56] Bell'de toplumsal yapıyı sosyal, politik ve kültürel olmak üzere üç düzlemde incelemektedir. Sosyal yapı, ekonomik ve sosyal sistemleri içermektedir. Batı toplumlarında sosyal yapının ilkesi ekonomizasyondur. Yani kaynakların en az maliyet ve kar maksimizasyonu hedeflerine yönlendirilmesidir. Bu nedenle de bugün pek çok ülkede kültürel eğilimlerde ciddi bir kriz yaşamaktadır. Çünkü ekonomizasyon rasyonaliteye, dar karar alma mekanizmalarına önem verirken; yeni kültürel eğilimler, anti-rasyonel davranış modellerini öne çıkarmaktadır. Bell'e göre bu durum Batı toplumlarının tarihi krizidir ve toplumu derinden etkilemektedir. Politik yaşamın ilkesi katılım, kültürel yapının ilkesi ise bireysel başarı ve kendini geliştirmektir.[57]

Ancak Habermas, kültürün, sadece biçimiyle değil içeriğiyle de mal haline gelmesi ölçüsünde, basitleştirildiğini ve bu basitleştirme işleminin algılanma potansiyelini de arttırdığını dile getirmektedir. Belli bir standarda oturtulan kültür önceden özel bir tarzda biçimlendirilmekte ve tüketilebilme olgunluğu kazandırılmaktadır. Katı ön koşullar olmaksızın ve elbette hissedilir sonuçlar da doğurmaksızın iktibas edilebilir olmaları, kültürel malların ticarileşmesini, karmaşıklıklarıyla ters orantılı bir ilişkiye sokar.[58] Habermas, bu kültür biçiminin bir özelliğine de dikkat çeker;

> "*Kumaşı bir vakitler edebi uğraş içinde dikilmiş olan kalıplar, bu gün patentçi bir kültür sanayinin üretim sırrı olarak tedavüldeler; bu kültür sanayinin kitle iletişim araçlarınca kamusal olarak yayılan ürünleri,*

[56] Güneş, a.g.e., s. 32.
[57] İlker Belek, **Postkapitalist Gelişmeler,** İstanbul: Sorun Yayınevi, 1997, s 154-55.
[58] Habermas, a.g.e., s.288.

tüketicilerin bilincinde burjuva özel alanının görüntüsünü oluşturuyorlar ancak"[59]

Görüldüğü üzere, ulus ya da ulus ötesi kapitalist şirketler, faaliyetlerinde bir sekteye uğramama düşüncesi içinde, kapitalizme uygun bir insan tipi yaratma uğraşındadır. Bu nedenle toplumun entelektüel faaliyetlerinin maliyetleri düşürme ve tüketimi artırma yönünde olduğu, çalışan profilinin aynı zamanda tüketen profilini de oluşturduğu ya da üretimin toplumsal bünye tarafından emilmesinin hiçbir engelle karşılaşmaması için gerekli tedbirlerin alındığı söylenebilir. Politik, ekonomik ve kültürel hayat küresel düzeyde cereyan eden gelişmelerden güçlü bir şekilde etkilenmektedir.[60]

Ancak bu görüşlerin ileri sürdüğü tek kültürlü ve tek biçimli bir dünyanın, ileri sürüldüğü gibi kurulamadığı söylenmektedir. Kültürün taşıyıcıları muhtevaya bakamadığı için etkileşim sadece tek taraflı değil, karşılıklı gerçekleşmektedir. Robertson'a göre, içinde bulunduğumuz süreçte hem münferit olanın evrenselleşmesi hem de evrensel olanın içselleştirilmesi aynı anda yaşanmaktadır.[61] Bütün insanların kabulüne sunulan evrensel değerler ve hayat tarzı büyük oranda kabul görüyor olsa da, farklılığın dayandığı tarih ve din kaynaklı kültürel yapı kendi gücünü göstermektedir.[62]

Küresel kültürün yerel insanlarla karşılaştığında görülebilecek iki refleksten biri 'direnç gösterme' diğeri ise 'uygun' bulmadır. Yani toplum ya 'reaksiyon' gösterecek ya da 'uygun' bulup benimseyecektir. Ancak global kültürün toplumun kendisine sunulduğu gibi salt bir yalınlıkla kabul edilmesi her zaman gözlemlenen bir olgu değildir. Yerel topluma mal ve hizmetler, fikirler, teknoloji ile gelen global kültüre karşı toplumun kendisi de değişik anlamlar yükleyebilmekte ve böylece değişik alt kültürlerde küresel kültürün

---

[59] Habermas, a.g.e., s.282.
[60] Kumar, a.g.e., s.148.
[61] akt. Fahri Atasoy**,** "Kültürel Küreselleşme ve Direnç Noktaları" **Türkiye ve Siyaset Dergisi,** Bahar, 2003, s. 42.
[62] Suat İlhan, **Dünya Yeniden Kuruluyor: Jeopolitik ve Jeokültür Tartışmaları,** İstanbul : Ötüken Neşriyat Kültür Serisi, 1999, s. 94.

yorumlanmasında farklılıklar görülebilmektedir.[63] Özellikle etki araştırmaları ile ağırlık kazanan bu görüş çerçevesinde, kültürün; kitle kültürü kurmacılarının iddia ettiği gibi üretilen ve diretilen bir kültür olmadığı aksine toplumun değerlerinden meydana geldiği ileri sürülmektedir. Kültür endüstrilerinin elinden gelen tek şey, çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir metinler ya da kültürel kaynaklar dağarcığı üretmektir.[64]

Tartışmalar arasında hemfikir olunan nokta, küreselleşme ile etkinliğini arttıran kitle iletişim araçlarının kültür üzerindeki etkileridir. Günümüzde kurumsallaşan, tekelleşen ve iletiyi üreten bireye yabancılaşan yapılarıyla belirli teknolojik ekonomik ve kültürel koşullar gerektiren bir süreci oluşturan kitle iletişim araçları[65], az gelişmiş bölge toplumlarında siyasal ve ekonomik gelişmelerde çok büyük etkileri olan bağımlı bir kültürel-ideolojik yapının inşasını sağlamaktadır.[66] Dollot da bu görüşü savunmakta ve iletişim araçları ile birbirinden habersiz olan toplumların temas haline girdiğini, insanlığın bu yeni durumda kültürün çeşitliliğini ortak mülk olarak duyumsadığını söylemektedir.[67] Dollot'a göre küreselleşme sürecinde, akıl almaz bir hızla gelişen ve büyüyen iletişim sistemleri ile ülke sınırları ortadan kalkmış, bütünleşme eğilimleri görülmeye başlamıştır. İletişim araçları kitlelerin iletişim ve kendilerini ifade etme araçlarına dönüştükçe kültürün kitaplar, çeşitli yayınlar, tiyatro, görsel sanatlar gibi araçları zaman içinde geri plana itilmiştir.[68]

H. Marcuse, T.Adorno ve Horkheimer gibi Frankfurt Okulu temsilcileri, Batının kitle iletişim ürünlerinin eğlence ve haber içerikleriyle önceden belirlenmiş davranış kalıpları, alışkanlıklar, düşünsel ve duygusal tepkiler

---

[63] Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, a.g.e., **http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf**, s.115.
[64] John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak,** Ankara: Ark Yayınevi, 1999 s. 36.
[65] Ersan İlal**, İletişim, Yığınsal İletişim Araçları ve Toplum,** İstanbul: Der Yayınları, 1997, s.38.
[66] İlal, a.g.e., s. 103.
[67] Louis Dollot, **Kitle Kültürü Bireysel Kültür**, çev. Özlem Nudralı, İstanbul: İletişim Yayınları, 1991 s.39.
[68] Dollot a.g.e., s.42.

oluşturduğunu, özetle kitle iletişim araçları ile ideolojinin kitlelere aşılandığını ve yapay bir bilinç sağlandığını savunmaktadırlar.[69] Kitle iletişim araçları birbirlerinden bağımsız olarak ilettikleri enformasyonel malzemenin ve kültürel mesajların benzerliği ile dikkat çekicidir. Gerek yapısı ve gerekse destekçileri itibariyle genel ekonomiye bağlı olan kitle iletişim araçları, başlı başına bir endüstri haline gelmiştir. Karlılık ve özel mülkiyet esasına dayalı tüketim düzeninin kabulünü ve devamlılığını sağlama amacı güden bu yapı,[70] amaca yönelik bir kültürel yapının dünya genelinde yayılmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak kitle iletişim araçlarının baskınlığı altındaki egemen kültür uyma üretir. Bu görüş liberaller ve radikaller arasında çok uzun yıllar egemen olmuştur ve olmaya devam etmektedir.[71] Her ne kadar kitle iletişim araçlarının sundukları karşısında bireyin kendi kültürel bakışının etkin bir rol oynadığı görüşü savunulsa da çalışmamızın ilerleyen safhalarında da değineceğimiz gibi, küreselleşme sürecinde egemen kültürler tahakküm kurdukları kültürlerin içine nüfuz etmektedir. Burada dikkat çeken nokta ise, küreselleşme ile sözü edilen demokratikleşme ve buna bağlı olarak toplumu oluşturan bireylerin kendi kültürel kökenlerini özgüce ifade edebilme iddiasıdır. Bir sonraki bölümde de değindiğimiz gibi kolektif kültürlerin ya da bir diğer ifadeyle ulusal kültürlerin hedef alındığı bu süreçte, karşımıza yerel kimlikler çıkmaktadır.

1.2. Yerelleşme Bağlamında Ulusal Kimlikler

1.2.1. Yerelleşme Nedir?

---

[69] İlal, a.g.e., s. 57-58.
[70] Herbert Schiller, **Zihin Yönlendirenler,** çev.Cevdet Cerit, İstanbul : Pınar Yayınları, 1993, s.37-38.
[71] İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi,** Ankara**:**Erk Yayınevi, 2002, s. 251.

Küreselleşme sürecinde ekonomik boyutun büyük bir ağırlık taşıdığı görülmektedir. Bu nedenledir ki Kızılçelik, küreselleşmeyi, kapitalizmin diasporası; yani onun dünyaya dağılıp yayılması, dünyayı kuşatması olarak ele almakta ve küreselleşme olgusunun, yeni dünya düzeni, postmodernizm, yerelleşme ve neo-liberalizm gibi kavramlardan ayrı düşünülmemesi gerektiğini ileri sürmektedir.[72]

Neo-liberal politikaların belirlediği ve genel bir deyişle küreselleşme olarak adlandırılan süreç, kapitalist ülkelerin ürettikleri mal ve hizmetlerin tüm dünyayı coğrafi sınırları da ardında bırakarak dolaşması ve bu sayede dünya ekonomisinin bütünleşmesini hedeflemektedir. Bu bütünleşme beraberinde en büyük örgüt olan devletten en küçük örgüt olan aileye varıncaya kadar toplumsal kurumların da değişimini getirmektedir. Küreselleşme sonucunda;[73]

1. Coğrafi sınırlar artık devletleri birbirinden ayıran bir öğe olmaktan çıkmıştır.

2. Küresel toplumu (yani bütün toplumları) kuşatan tek bir ekonomik sistem söz konusudur o da serbest piyasa ekonomisidir.

3. Ulusal değerlere dayalı, içe dönük kalkınma dönemi sona ermiştir.

4. Bu süreçte ulus devletin tanımlayıcı özellikleri bulanıklaşmış ve zayıflamıştır.

Büyük bir hızla yayılan küreselleşme sürecinde, en köklü değişim ulus devlet anlayışında gerçekleşmektedir. Kapitalizmin küreselleştirdiği dünyada, dünya ekonomisine yön veren çokuluslu şirketlerin dayattığı neo-liberal politikaların sonucunda, yeni dünya düzeninin kurulması ve

[72] Sezgin Kızılçelik, **Küreselleşme ve Sosyal Bilimler,** Ankara: Anı Yayıncılık, 2003, s.23.
[73] S. Sezen, **Devletçilikten Özelleştirmeye Türkiye'de Planlama,** Ankara: Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE), Yayın No: 293. 1997, s.60.

sağlamlaştırılması için, ulus-devlet kavramı yeniden tanımlanmaya çalışılmaktadır. Günümüzde ulus-devlet, yeni küresel gelişmeleri yönlendirmek için çok küçük ve etkisiz, yerel sorunları hızlı çözmek için ise çok hantal olarak görülmektedir. *"Katılım, çoğulculuk, kamusal ve özel alanın ayrışması, farklı taleplerin bir arada karşılanması, iradi kimlik seçimlerinin özgürce yapılabilmesi, temsil gibi olgular karşısında klasik liberal demokrasiler cevap vermekte zorlanmaktadırlar. Bütüncül toplumsal yapıların parçalanması, cemaatçilik dayanışmaların giderek güç kazanması, teknolojik gelişmenin gerek bireysel olarak insanı gerekse toplumları doğrudan etkilemesi bu süreci hızlandırmaktadır."*[74]

Değişen üretim anlayışı, bilgi teknolojisindeki ilerleme, tüketim biçimindeki farklılaşma ile birlikte ulus-devlet ve ulus kimliği bilinci zorlanmaktadır. Küreselleşme ile birlikte modernleşme döneminin belirgin siyasi aktörü olan ulus devletin rollerine ilişkin dönüşümler, devleti kendi başına bir güç kaynağı olmaktan uzaklaştırmakta; devlet merkezinde yürütülen uluslararası ilişkiler çoğullaşmış siyasi aktörler aracılığıyla yürütülmektedir. Öte yandan ulus devletler, küreselleşen dünyanın şartları gereği, ekonomik yapılarında çeşitli düzenlemelere gitmektedir[75]. Çalt, düzenlemelerin gerekçelerini şöyle sıralamaktadır:

> *"Post-fordist üretim biçimi ve beraberinde yayılan küreselleşme, bilgi teknolojisinin desteği ile şekillenen bir toplumsal yapıda yayılmaktadır. Öte yandan daralan pazar ile daralan ürün çeşitliliğini arttırmak, hizmet sektöründeki kültürel metaları parasallaştırmak için de yerelliğe ve bölgeselliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca yeni talepleri olan ve belli bir harcama seviyesine gelen tüketicinin tüketmesini engellemeyecek kadar da demokratik açıdan memnun edilmesi gereklidir."*[76]

---

[74] Hasan Bülent Kahraman ve diğerleri, "Katılımcı Demokrasi, Kamusal Alan ve Yerel Yönetim" **Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi (WALD),** İstanbul, 1999, s. 13.
[75] Nalan Yetim, "Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel?" **Doğu Batı Dergisi,** Sayı 18 Şubat- Mart- Nisan, 2. baskı , Ankara, 2002, s.133.
[76] Gökhan Çalt, "Bölgeselleşme ve Avrupa Birliği'nin Bir Aracı Olarak Bölge Kalkınma Ajansları" **www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/05gokhancalt.pdf** s.3

Böylece ulus ötesi sermayenin yayılmacı anlayışının bir sonucu olarak, toplumların siyasal yönetimi, yönetim politikaları ve ideolojileri üzerinde kurulan baskı ile, ulus devletlerin; siyasal-ekonomi bağlamında yönetimi, ademi merkeziyetçilik, devlet bürokrasisinin nicel olarak küçültülmesi, yapısal uyarlamalar, özelleştirme, deregülasyon, gümrüklerin kaldırılması gibi uluslararası sermayenin faaliyetlerini kolaylaştırıcı yapısal değişimler gerçekleştirilmektedir.[77] Aktan, bu değişim sürecini "glokalleşme" olarak ifadelendirmekte ve sürecin yönetim anlayışında köklü değişikliklere neden olduğunu ileri sürmektedir:

> *"Dünyadaki değişim trendini gözlemlediğimizde globalleşme (globalization) ile birlikte dikkati çeken bir diğer olgunun Yerelleşme (Localization) olduğunu görüyoruz. İngilizce Globalleşme ve Yerelleşme kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuş "Glokalleşme" (Glocalization) kavramı son zamanlarda yaygın olarak benimsenen ve kullanılan kavramlardan birisi. Glokalleşme, kısaca "uluslararası ilişkilerde global gerçeklerden hareket ederek global düşünmeyi, otarşizm yerine dışa açılmayı, dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi; ülke içinde ise merkezi yönetim kanalıyla ekonomiyi ve siyaseti yönlendirme yerine yerel yönetimleri daha fazla güçlendirmeyi" ifade ediyor. Yerelleşmenin siyasal gücün tek elde toplanmasını önleyeceği ve böylece yerel demokrasiyi güçlendireceği ifade ediliyor. Desantralizasyon ya da Adem-i Merkeziyetçi Yönetim kavramları yerelleşme ile aynı anlama geliyor. Yerelleşme, gerçekten de yerel demokrasiyi güçlendirmek için çok önem taşıyor. Yerel özerklik için yerel yönetimlerin merkezi yönetimlerin boyunduruğundan kurtarılmaları gerekiyor. Ancak yerelleşme bir taraftan, yerel halkın yönetime katılmasını sağlayarak demokrasiyi geliştirecek bir görevi yerine getirirken, öte taraftan yerel tiranlığı ve despotizmi de ortaya çıkarabilecek bir etki gösterebilir."*[78]

---

[77] İrfan Erdoğan**, İletişimi Anlamak,** Ankara: Erk yayınevi, 2002, s.149.
[78] Coşkun Can Aktan, "Globalleşme, Bölgeselleşme ve Yerelleşme", **http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem98/global.htm**

Aynı görüşü paylaşan Güler de "değişim projesi" adı altında uygulanması önerilen politikalar ile bir "*desantralize*" sürecinin yaşatılmak istendiğinden bahsetmektedir.[79]

> "*Desantralize et! [Yerelleştir] Kamuyu yetkisi ve araçları bakımından küçültüp, açılan geniş alanı yurttaşlık bağlarından kurtarıp yabancılar için özgürleştirdikten sonra, ülke kaynakları ile ülke emeğinin özel sektör unsurunca serbestçe kullanılmasını sağlayacak bir idari yapı kurmak gerekir. İlk olarak, bu serbest, birbiri ile eşit ve özgür unsurlar, merkezi planlama gibi ya da merkezi denetleme gibi sınırlandırıcı ve işleri geciktirici bürokratik sistem engelinden kurtarılmalıdırlar*."[80]

Güler, ademi merkeziyetçilik ilkesinin tam bir işleyişe kültürel, etnik, mezhebi, ırki, her türlü alt kimliğin tanınmasıyla uygulanabilir olduğunu ileri sürmektedir. Güler'e göre böyle bir süreç sonunda yabancı karşısında etkisiz kılınmış olan yurttaşlık kimliği, içeride farklı kültürel kimlikler için de etkisiz hale getirilecektir. Bu, siyasi anlamda federal örgütlenmeyi gerektirebilir ya da şimdiki bütünün parçalanmasını zorunlu sayabilir.[81]

Özetle telekomünikasyon olanaklarının giderek gelişmesi ve uluslararası sermayenin yoğun bir akışkanlık kazanması ile ortaya çıkan yeni durum, esas itibariyle modernitenin üzerine oturduğu zaman ve mekan anlayışını ve onlarla belirlenmiş uluslararası siyasal ortamı derinden etkilemiştir. Belli koşullar etrafında temellenmiş olan liberal politikalar ve ulus devlet anlayışı yetersiz kalmıştır.[82] Bu durumda küresel kültürel süreç, çok uluslu merkezsiz bir karakter sergilemektedir. Aktan gibi Robertson'un da küre-yerelleşme (glokalleşme) kavramı ile anlatamaya çalıştığı, işte bu duruma ilişkin bir tanımlama çabasıdır. "*Bu kavram küreselleşmeyi "yerelliğin yaratılması, sonra da içerilmesi" biçiminde küresel ile yerel olanın ilişkisini anlatmak üzere kullanılmıştır. Bu ilişki kavramın mekansal göreliliği de işaret etme*

---

[79] Birgül Ayman Güler**, "**Kamu Yönetimi Reformu Yasa Tasarısı: Toplumsal Eşitlik ve Yönetim" Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışmalı Toplantı 2004/2 Kamu-Yerel Yönetim Reformu ve Türkiye **www.tek.org.tr/toplanti/toplantipdf/BIRGUL-A.GULER.pdf** s.3

[80] Güler, a.g.e., s.4

[81] Güler, a.g.e., s.4

[82] Kahraman, a.g.e., s.15.

avantajından yararlanarak yerelliklerin evrenselleşmesi, evrenselliklerin yerelleşmesinin çok farklı biçimler alabileceğini belirtmektedir."[83]

Yeni koşullar ise özellikle iktidarın toplumsal denetim aracı olan kültür üzerinde farklı sonuçlar doğurmaktadır. Outhwaite kültürün toplum üzerindeki belirsiz rolünün, modern toplumlarda engellenen özgürlük ve mutluluk arzularını, hayalî bir alanda destekleyerek, aslında varolan düzeni desteklediğini ileri sürmektedir. Bu yönüyle kültür, yönetime (iktidar) bağlanmıştır[84]: "*Yepyeni bir tahayyül ile kültür aslî ve olumlu işlevini yerine getirebilir. H. Marcuse'un ifadesiyle, toplumun tarihsel süreci içinde aklın sonuçlarını ifade eden kültür, hem düşünsel yeniden üretim hem de maddî yeniden üretim alanlarını ifade ettiği sürece, toplumsal yaşamın bütünlüğünü anlatır."*[85]

Ancak son on yıldır uygulanan stratejiler, yerel bazda ekonomiler oluşturulmasına olanak sağlamakta ayrıca medya ürünlerinin içeriğinin yerelleştirilerek, sürecin desteklenmesi sağlanmaktadır. Robert Cox, gelinen noktada ulus-devletin yeni rolünün dış ekonomik güçler ile yerel ekonomi arasında adaptasyon aracı olduğunu iddia etmektedir.[86] Böyle bir durumda, yerleşik gücün desantralizasyonu ve çatışmaların ekonomik zeminden kopması beraberinde bir yandan sınıfsal farkların çözülmesi, ulusüstü organların ortaya çıkması, global kültürel geçişlerin önem kazanması, diğer yandan üretimin fiziksel araçları birikim süreci içindeki önemlerini yitirmesi sonuçlarını doğururken; mental aktivitenin göstergesi olan bilginin yeni üretici güç olarak yükselmesini sağlamıştır.[87] Nitekim; *toplumu oluşturan en küçük birim olan birey de artık ulus devletin büyük ölçüde homojenleştirilmiş yurttaşı değildir. Bu küreselleşmiş dünyanın insanıdır.*[88]

---

[83] Gönül İçli, **"**Küreselleşme Ve Kültür**" C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi,** Aralık 2001 Cilt : 25 No: 2 163-172 s.166.
[84] William Outhwaite, "Kültür", **Marksist Düşünce Sözlüğü**, çev. M. Özbek, T. Güney, İstanbul: İletişim Yayınları, İstanbul, 2001, s.372.
[85] Outhwaite, a.g.e., s.374.
[86] akt. Hayri Kozanoğlu "Küreselleşme ve Uluslarüstü Sermaye Sınıfı" **Doğu Batı Dergisi,** Sayı 18 Şubat- Mart- Nisan 2002 2. Baskı Ankara s.171.
[87] İlker Belek, **Postkapitalist Gelişmeler**, İstanbul: Sorun Yay., 1997, s.175
[88] Kahraman ve diğerleri a.g.e., s. 8.

Küresel kültürün hakim olduğu yeni dünyada, Batı merkezli bu kültürün Kuzey Amerika'dan diğer Batı kültürlerine, oradan da gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere tek yönlü olarak aktığı dile getirilmektedir. Karmaşık dağıtım ağları ve ortaklık anlaşmalarıyla diğer ülkelere ihraç edilen popüler kültür ürünleri, ulus aşırı şirketler aracılığıyla Amerikan tarzı bir yaşam anlayışının hakim olduğu bir çerçevenin içine yerleştirilerek yerelleştirilmeye tabi tutulmaktadır.[89] Sermayenin çıkarı yönünde yeniden biçimlendirilen ve kendi özelliğini yitiren "yerel halk kültürleri" modern kitle iletişim medyasının da yardımıyla yabancı teknoloji ve içerikli bir ürün haline dönüştürülmektedir.[90] Kültürel formaların küresel ölçekte yayılması ulusal kültür politikalarını etkisizleştirirken, ulus-devletlerin oluşmasında etkin bir rol üstlenen medya, ulus devletlerin aşınmasında da etkin bir rol oynamaktadır.[91] *"Globalleşen kapitalizm sürecinde topululuklar tarihsel üretim biçimleriyle yok edilmektedir. Modern üretim teknolojileriyle ve modern kitle iletişim medyasıyla, halk ve yerel olan her şey tarihten silinip gitmektedir. Bunlar olurken, aynı anda, aynı güçler (ve bu güçlerin sözcüleri) yerelleşmeden ve yerel değerlerin korunmasından bahsetmektedir."*[92]

Öte yandan çağdaş küreselleşme kuramına göre, küreselleşme bütünüyle çelişkili iki süreç olan türdeşleşme ve farklılaşmadan oluşmaktadır. Yerelleşme ve küreselleşme arasında karmaşık bir etkileşim söz konusu olduğu gibi, küreselleşme süreçlerine karşı çıkan güçlü direniş hareketleri de vardır.[93] Küreselleşmeye paralel giden bir süreç olan yerelleşme hem küreselleşmenin dinamiklerinin bir sonucudur, hem de küreselleşmeye bir direnç olarak ortaya çıkmıştır. Bu direncin ortaya çıktığı en belirgin alan ise, kimlikler alanı olmuş, etnik, dinsel, kültürel vb. kimlikler üzerine bir yeniden

---

[89] Süheyla Kırca "Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusal Kimliklerin Yaratılması" **Doğu Batı Dergisi**, Sayı 15 İstanbul Mayıs-Haziran-Temmuz, 2.Baskı, 2005, s.173-183.

[90] İrfan Erdoğan "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayrı Meşruluğu" **Doğu Batı Dergisi,** Yıl 4 Sayı 15, 2. baskı,2004, s.67-98.

[91] Akt. Serdar Kaypakoğlu "Küresel ve Yerel Medyada Gelişmeler ve Ulus-Devlet" **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Kış Sayı 16, Ankara, 2002 , s.122.

[92] İrfan Erdoğan, a.g.e., s.74.

[93] Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 1999, s. 449.

düşünme süreci başlamıştır.[94] Robins ve Morley Avrupa'daki yansımalardan hareketle yaşananların tepkisel davranışları doğurduğuna dikkat çeker: *"Sınırları olmayan bir Avrupa fikri ve sınırları aşan medya akışları, rahatsızlık ve kültürel bir yön kaybı duygusu yaratabilir. Bu kargaşalıklara verilen bir yanıt, daha yerel kimlik ve yer hislerine sığınmak olmuştur; nitekim, kültürel bölgeciliğin ve küçük milliyetçiliklerin doğuşunu görmekteyiz."*[95]

Gelinen noktada; küreselleşme çağında ulus-devletler, kimilerinin bir krizden söz etmelerine yol açacak ölçüde yeni sorunlarla karşı karşıya olduğu; ulus-devletlerin bir yandan etnik ve bölgesel siyasetlerin artmasıyla birlikte merkezkaç güçlerin baskısı altına girerken; öbür yandan ekonominin küreselleşmesi ve savaş teknolojisinin gelişmesi gibi etkenlerin yarattığı dış tehditlerle karşı kaşıya bulunduğu görülmektedir.

> *"Ancak küreselleşme, evrensel ve yerel olanın karşıtlığını ifade eden bir kavram olmaktan çok bunların, modernlik iddiasında şekillenmiş olan ulusala karşı yan yanalığını, birlikteliğini ifade eden bir süreç olarak kurgulanmaktadır. Özellikle kültürel boyuttaki çözümlemelerde modern/geleneksel ayrımına dayanan ulus ölçekli toplumsal yapılanma anlayışı terk edilmekte, ulus ölçekli toplumsal yapılanma terk edilmekte, ulus-ötesi aktörlerle mikro ölçekli yerel oluşumlar arasındaki ilişkilenmeyi güçlendiren yeni örgütlenmeler, insani gelişme anlayışları hakim olmaya başlamaktadır."*[96]

Kimliklerin değişmezliği tabusu yıkılırken; ulaşım kolaylıklarının yaygınlaşması, elektronik haberleşme teknolojisinin olağanüstü hızla gelişmesi, nüfus hareketleri, emek ve sermayenin akışkanlığı gibi etkenler insanların hem kendilerinden çok uzaktaki olaylardan ve değerlerden etkilenmelerini kolaylaştırmakta hem de onları hayatın her anında farklı kimliklerle yüz yüze getirmektedir. Bu durum ulus-devletlerin kendi toplumlarını küresel gelişmeden tecrit etme imkanını neredeyse tümüyle

---

[94] Alankuş, a.g.e., s.58.
[95] David Morley ve Kevin Robins, **Kimlik Mekânları**, çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s.20.
[96] Yetim, a.g.e., s.136.

ortadan kaldırmaktadır. Böyle bir çağda homojen bir etnik yapıya dayanan ulus anlayışının kendini idame ettirmesi mümkün görünmemekte ve toplumlar bilgi kaynakları, hayat tarzları ve değerler bakımından hızla çeşitlenmektedir.[97]

1.2.2. Küreselleşme Sürecinde Yerel Kimliklerin İnşası

Küreselleşmenin temel özelliğinin evrenselcilik ile yerellik arasındaki gerilim olduğu genelde kabul edilen bir görüştür. Bir yanda sermayenin küreselleşmesiyle liberal piyasa ideolojisinin evrenselleştiği inancının bir sonucu olarak Fukuyama ve diğerleri, farklılığın aynılık haline gelerek çözülmesinin yani kültürel homojenleşmenin ortaya çıktığını belirtmektedir. Ancak diğer yanda küresel politik pratiklerle ulusal, etnik, yerel çatışmalar kültürel heterojenliğe işaret etmektedir.[98]

Günümüzün en önemli tartışma alanlarının başında, Habermas'ın dediği gibi *ulusdevletin sınırlarının ötesinde ulusalüstü ve global düzeylerde kapitalizmin yol açtığı ekolojik, toplumsal ve kültürel tahribatın denetim altına alınmasının mümkün olup olmadığı* sorusu sorulmaktadır.[99] Öte yandan yaşanan gelişmeler karşısında ulus-devlet kavramını tartışan ve "ulus-devlet işlevini tamamlayıp sona erdi mi, yoksa halen oynayacağı hayati bir rol var mı?" sorularına cevap arayan tartışmalar da sürdürülmektedir.[100]

Küresel kitle kültürünün, çalışmamızda ileri sürüldüğü gibi, sıklıkla kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğinde olduğu iddia edilmektedir. Bu tür bir küresel kültür bir yandan Batı merkezlidir ve dili de İngilizce'dir.[101] Öte yandan tüketim ile özdeşleşen bu kültür, tüketimin doğası gereği

---

[97] Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, a.g.e., **http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf**, s.57.
[98] Gönül İçli **"**Küreselleşme ve Kültür**" C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi,** Aralık, Cilt : 25 No: 2 163-172 2001, s.165.
[99] Jürgen. Habermas, "Avrupa Ulus Devleti ve Küreselleşme Tazyikleri", çev. Alev Özkazanç **Mürekkep Dergisi,** Sayı 14. 2000, s.202.
[100] Friedric Jameson, "Küreselleşme ve Politik Strateji", çev. Mehmet Beşikçi, **Birikim Dergisi,** Sayı 139, İstanbul, 2000, s.39.
[101] Tomlinson, a.g.e., s.28.

"homojenleştirici bir araç" olarak görülmektedir. Kültürel homojenlik, ulusa ait kültürel arka planların göz ardı edilerek dünya insanları arasındaki kültürel sembollerin takasının hızlanması anlamını taşımakta ve bu süreç yerel-ulusal kültürlerde değişmelere neden olmaktadır.[102] Ancak bilindiği üzere küresel kitle kültürü, karşılaştığı diğer kültürler ile çatışmak yerine o kültürler ile uzlaşmanın yollarını aramaktadır. Süreç tüketim aracılığı ile Batı türü bir yaşantının, hayat tarzının etkilerinin duyulmasını sağlarken aynı zamanda kendine özgü türdeşleşmeler de gerçekleştirmektedir. Farklılıkları özümseyen, her şeyi kapsayan yeni anlayış, yerel olan ile uzlaşma platformunu oluşturabilmek amacıyla yerel siyasal ve ekonomik seçkinler ile işbirliği yolunu seçer.[103] Ancak küreselleşme, Batı modernitesinin ilerlemesinin bir sonucu olarak kavramsallaştırıldığında, doğrusal ve homojen bir süreç olarak somutlaşmaktadır. Sonuç olarak günümüz küresel ilişkilerinin en önemli sorunu kültürel homojenleşme ve kültürel heterojenleşmedir.[104]

Dünyada kabaca iki mantığın hakim olduğunu belirten Abel, vektörü pazar olan ve otoriter kalelerin karşısına "evrensel liberalizm"i çıkaran fakat kültürlerin ve yaşam biçimlerinin çeşitliliğini ezen bir teknik tekbiçimlilik mantığının, karşısında ise vektörü devlet bazen de din olan pazar buldozerinin önüne ulusal sınırlar ile geçen, fakat bireyleri zorlayıcı toplulukların içine hapseden bir etnik parçalama mantığının sürekli bir mücadele alanı oluşturduğunu iddia eder.[105] Aslında, bu mücadele alanı içinde küresel süreçlerin uzandığı alan ve yol açtığı etkiler egemen devletlerin eriştiği yerin ötesindedir ve bu durum beraberinde kolektif (ya da ulusal) kimliklerin egemenliklerinin tehlikeye düşmesi ortamında, gerginliği getirmektedir.[106]

---

[102] Yetim, a.g.e., s.135.
[103] İçli, a.g.e., s.166-167.
[104] akt. Yetim, a.g.e., s.135.
[105] Claude Lévi-Strauss, "**Irk,Tarih ve Kültür**", çev. Işık Ergüden ve diğerleri, İstanbul:Metis Yayınları,1997'de Oliver Abell tarafından yazılan ikinci önsöz s. 11.
[106] William E.Connoly**, Kimlik ve Farklılık: Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri,** çev. Ferma Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s.272-275.

Tekeli de süreç içerisinde ulusal kimlik bilincinde yaşanan değişime dikkat çekmekte ve ulus-devletin temel dayanağı olan ulus-kültürünün geçerliliğini yitirdiğini ifade etmektedir:

> "*Tek kimlikli bireyler dünyasından, çok kimlikli bireyler dünyasına geçilmektedir. Ulus-devletler dünyasında ulusal kimlik, tek hakim kimlik olma iddiasını taşımaktadır. Bu kimlik, diğer kimliklere ancak ikinci bir yer vermektedir. Diğer kimliklere göre konumunu müzakere etme durumunda değildir. Oysa küreselleşen dünya çok kimlikli bir dünyadır. Bireyler birden fazla yerelliğin üyesi, ilişki ağlarının parçası, dünya da yaşananın bilinicinde olan bir birey ve bir ulusun üyesi olmayı aynı esnada gerçekleştirmek durumundadır. Bu çok kimlikli dünya içinde, yeni bir çoğulculuk anlayışı gündeme gelmektedir. Çoğulculuk artık merkezi bir kimlik ekseninde kurulmuş ve ılımlı farklılık taleplerini kendi içine alan bir ulusal çoğulculuk, bir liberal çok kültürcülük değildir. Küreselleşme ve yerelleşme süreçleriyle gündeme gelen çok kimliklilik ve çoğulculuk farklılık taleplerinin kendi ahlaki ve etik kodlarını kamusal alana taşıdıkları, yaşadıkları kent üzerinde kimlik iddiaları olan, katılımcılığı içeren, tek bir merkezi olmayan ve merkez üzerinde mücadele eden kimlikler arası ilişkiler üzerinde kurulmuş bir çok kültürlülüktür. Bu anlamda hem demokratikleşmeye, hem de köktenciliğe açık bir çoğulculuktur ve farklı ahlaki ve etik kotların birbirleriyle çelişki ve çatışma ilişkisini içermektedir."*[107]

Sonuç olarak toplumsal bütünleşmeden kasıtla *"bireyin yerel, bölgesel ve orta ölçekli yapılarla olan bağları çözülürken daha geniş ve daha yaygın olan kentsel ve endüstriyel kuruluşlarla bağları güçlenir. İlişkilerdeki bu yer değiştirme bireye daha esnek bir toplum içinde hem daha büyük olanakların avantajlarını, hem de eğitim, tüketim malları ve çeşitli hizmetler olarak kaynakların dağılımından daha büyük bir pay almasını sağlar"*[108] görüşü ileri sürülüyorsa küreselleşme ile birlikte tersine bir çözümleme yaşanmaktadır. Durumu postfordist bakış açısından yorumlayan Yetim ise; postfordist üretimin temelinde yer alan esnek uzmanlaşmanın, üretim yapılarında yeni

---

[107] Kahraman ve diğerleri, a.g.e., s.46.
[108] Cyril Edwin Black, **Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri**, çev. M. Fatih Gümüş, Ankara:İş Bankası Kültür Yayınları, 1986 s.85.

endüstri bölgelerini ve yerel birimleri yapılandırdığını söylemektedir. Bu bölgelerde modernleşme sürecinde geleneksele özgü olarak tanımlanan değerler yüceltilmekte ve geleceğin geçmişe gönderimi yapılmaktadır. *"Yeni endüstriyel bölgelerde, modernitenin biçimlendirdiği fordist üretim yapılanmasından farklı olarak, üretim yerel toplulukla olan ilişkiyi belirginleştirmekte ve yerel kimlik öğelerine ihtiyaç duymaktadır."*[109]

Küreselleşme süreci beraberinde ulus devletin egemenlik alanının daralmasını getirmiştir. Üç açıdan takip edilebilen bu daralma alanlarından birincisi, çalışmamızda da dile getirildiği gibi, ulus üstü ekonomik ve siyasal birliklerin etkisidir. Bu etki, 1970'lerde başlayan ve halen devam eden ekonominin küreselleşmesi ile birlikte büyük bir ivme kazanmış, yukarıdan aşağıya doğru etki yapan bu sürecin içine, ulus devletler tarafından kontrol edilemeyen uluslararası şirketlerin ve piyasaların etkisi girmiştir. Bu durum beraberinde ulus devletlerin kendi içinde yaşadığı sıkıntıları getirmiştir. Devletin küçültülmesi, özelleştirme, kamu sektörüne güvensizlik, merkeziyetçiliğin azaltılması, sosyal haklarda gerileme gibi yeni liberal ideolojiye dayanan anlayış ve uygulamalar, ulus devletin klasik fonksiyonlarında önemli bir azalmaya yol açmıştır. Ancak en etkili ve son süreç, ulus-devlet içindeki bölgeselleşme ve yerelleşme olgusudur. Bilindiği üzere kolektif kimlik olarak da adlandırılan, ulus kültürlerin sınırlarını zorlayan bu durum beraberinde, ulus-devletin içinde yer alan tarihsel, siyasal, etnik, kültürel ya da ekonomik özellikleriyle farklılaşan bölgelerin, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında, tekrar farkına varılmasını getirmiştir.[110]

Genel bir bakış açısıyla çalışmamızda gelinen noktayı şu şekilde özetleyebiliriz; küreselleşme süreci Keynesyen politikaların başarısızlığının dile getirildiği yıllarda liberal akımın yön değiştirmesi ile hız kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarının teknoloji sayesinde kullanımında yaşanan yaygınlaşma, küresel olanın yayılmasında en büyük etken iken küresel olana getirilen eleştiriler ise göz ardı edilemeyecek kadar önemli bir hale gelmiştir. Başta

---

[109] Yetim, a.g.e., s.139.
[110] Oktay Uygun "Küreselleşme ve Değişen Egemenlik Anlayışının Sosyal Haklara Etkisi" **www.anayasa.gov.tr/anyarg20/uygun.pdf** , s.7.

pazarın sınırlarını kaldırmak gibi görünen küreselleşme süreci, önünde en büyük engel olarak ifade edilen ulus-devlet yapılarını zayıflatmak ve sürece uydurabilmek için kolektif kimlik bilincini zayıflatmayı hedeflemektedir. Elbetteki süreç sonunda ulus devlet yapısının ortadan kaldırılması amacı güdülmemektedir. Ancak devletin yapısından kaynaklanan ve küreselleşme sonucu oluşan yeni tip sermayenin faaliyetlerini sınırlayan yasal düzenlemelerin ve toplumsal dinamiklerin değiştirilmesi gerekmektedir. Bu anlayış, beraberinde kitle iletişim araçlarının etkin olarak kullanımını getirmektedir. Yeni dünya düzeninde ya ulus-devletler en büyük özellikleri olan kolektif kültür bilincinden vazgeçerek yaşamaya çalışacaklar ya da dağılacaklardır. Küresel olanın elindeki en büyük koz ise yerel kültürler ve iletişim araçlarıdır.

1.3. Küreselleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Değişen Rolü Ve Kültürel Etkileri

Küreselleşme, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak dünya toplumlarının ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak içiçe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin, yöresel ve ulusal sınırlar ötesinde toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlanmaktadır.[111] Bu tanımdan hareketle küreselleşme sürecinde kitle iletişim araçlarının, sermaye piyasaları ulus devletlerden bağımsızlaşırken, ulusal üretimin dünya pazarına artan bağımlılığı olarak tanımlanan mali küreselleşme ile birlikte önem kazandığı söylenebilir. Küreselleşme doğrultusunda sermaye artık ulus-devlet sınırları ile bağlı kalmamakta, üretim ve yatırım planları ve kararları tüm dünya ölçeğinde alınmakta, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin de etkisiyle üretim dünya genelinde farklı mekanlarda gerçekleşmektedir.[112]

Sermayenin, ürün ya da hizmetlerin, simgelerin sembol ve anlamların serbest bir şekilde dünya içinde dolaşımının gerçekleştiği küresel zamanda,

---

[111] Nadir Sugur, "Kürselleşme Üzerine" **Birikim Dergisi,** Mayıs Sayı 73, 1995, s.56-65.
[112] Güliz Uluç, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı,** İstanbul: Anahtar Yayınevi, 2003, s.185.

ekonomi, kültür ve yönetim alanlarındaki değişiklikler ve dönüşümler beraberinde yeni politikalar ve stratejiler getirmektedir.[113] Bu yeni durumda tüm parametreleri üretmek ve çalışmak üzerine dizayn edilmiş olan bir endüstri toplumuna üretmekten daha öncelikli bir hedef olarak tüketmenin özendirilmesi, öncelikle bazı değişmelerin geniş toplum kesimlerine kabul ettirilmesini zorunlu kılmıştır. Buna bağlı olarak modernliğin daha ilk aşamalarından itibaren çalışma, üretimin akılcı bir biçimde örgütlenmesi, tasarruf ve ulusal bütünleşmeye odaklanmış bir üretim toplumunu idealleştirilmesine tezat, bir tüketim toplumundan söz etmek için öncelikle bu idealin aşılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Nitekim bugün için, bir çok toplumda bu etik dönüşüm çoktan yaşanmış ve dünya üzerindeki çoğu toplum tüketim toplumu olarak anılmaya başlanmıştır. Özetle tüketim toplumu kavramı ile öncelikli olarak ifade edilmek istenen olgu tüketim toplumunun tüm bireyleri ile tüketime yönlenmiş, kafalarını tüketmeye takmış olan bir toplum tasarımı gündeme getirilmesidir.[114]

Daniel Bell günümüz ileri toplumlarında, sanayi toplumunun temel yapısını değiştiren karmaşık farklılaşmaların oluştuğunu, toplumun kültürel ve yapısal temelinin değiştiğini belirtmektedir. Bell, bu değişiklikleri ekonomik alanda; mal ve eşya üreten bir ekonomiden hizmet üreten bir yapıya, daha az bilgi gerektiren bir yapıdan daha çok bilgi temelli bir yapıya ve sanayiye geçiş; örgütler ve kurumlar açısından, mülkiyetin en önemli faktör olmaktan çıkıp teorik bilginin siyaset ve yenilik kaynağı oluşturmada merkezi bir yer tutması; yeni ilgi alanı olarak, teknolojik gelişmeleri öngörme teknikleriyle yeni teknolojilerin uygulama sonuçlarının değerlendirilme faaliyetlerinin gelişmesi; teknoloji temeline dayalı ve entelektüellerin etkin olduğu yeni karar verme biçimlerinin gelişmesi olarak açıklamaktadır.[115] Nitekim tarihsel gelişime bakıldığında özellikle 1974 petrol krizinin etkisi ile Japonya gibi gelişmiş ülkeler temel stratejilerini gözden geçirerek, enerji tüketimi çok fazla olan demir ve çelik gibi sektörlerden yüksek teknolojiye dayanan mikro elektronik

[113] Kırca, a.g.e., s. 183-184.
[114] Tomlinson, a.g.e., s 183.
[115] Yılmaz Aytekin, **Modernden Postmoderne Siyasal Arayışlar**, Ankara: Vadi Yayınları, 1996, s. 93.

gibi sektörlere yönelmişlerdir. Daha çok enerji kullanımı öngören ve kitle üretimine dayanan sanayiler büyük ölçüde terkedilmeye başlanmıştır. Yeni endüstriler ise çok büyük ölçüde hammadde ve emeğin üretim sürecindeki ağırlığını azaltarak bilginin önemini ön plana çıkartmışlardır. Örneğin 1975/90 yılları arasında Japonya"da üretim üç misli arttığı halde hammadde kullanımında herhangi bir artış olmaması bunu desteklemektedir.[116]

Öte yandan ekonomik bir bakış açısıyla yeryüzünde kaynak dağılımındaki devlet-piyasa dengesi, ideolojik dönüşümün bir yansıması olarak piyasa lehine değişmiş, Keynesçi ve Marksist ekonomi düşüncesi itibar kaybedip yerini neo-liberal görüşlere bırakmıştır. Keynesçi ekonomiden neo-klasik ekonomiye geçiş, bütünleşik bir dünya ekonomisinin çok daha büyük ölçekte yeniden doğuşuna kuramsal destek vermiştir. İdeolojik devrim, özellikle iletişim alanında yaşanan teknolojik değişime eşlik etmiş; teknolojik değişim, tüm dünyayı içeren küresel pazarı kaçınılmaz ve bir dereceye kadar da kontrol edilemez bir gerçek haline getirmiştir.[117]

Küreselleşme sürecinin altında, dünya ekonomisinin, gittikçe daha fazla bağlantının kurulduğu bir ağ olarak biçimlendiği iletişimin kolaylaştığı ve hiyerarşilerin önemini yitirdiği savı sıklıkla dile getirilmektedir. Evrensel bütünleşmeyi amaçlayan hareket, devlet dışı uluslar ötesi ve hükümetler üstü etkenler ile genişler. Bu yeni düzenin temelinde iletişim ağları bulunmaktadır.[118] İnsanlar arasındaki kültürel sembol alış-verişi iletişim teknolojisindeki değişmelerle gerçekleşmekte, yaşanan süreç, değerler sistemini ve tüketim kalıplarını belirlemekte, iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ise bu sürece eşlik etmektedir.[119]

---

[116] Veysel Bozkurt, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, İstanbul: Sistem Yayınları, 1996, s. 83-84.
[117] Rene Prendergast ve Frances Stewart, **Piyasa Güçleri ve Küresel Kalkınma**, çev. İdil Eser, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995, s.13.
[118] Armand Mattelart, **İletişimin Dünyasallaşması**, çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001, s.80.
[119] akt. Yetim, a.g.e., s.134.

Ortaya çıkan yeni küresel ve etkileşimli ağ yapısı, yepyeni bir niteliği temsil ettiği gibi, yeni iş, değişim ve üretim modellerinin de öncülüğünü yapmakta; bilgi ve iletişim teknolojileriyse, bütün bu devinimlere aracılık etmektedir.[120] Küreselleşmenin teknoloji merkezli bir değişim süreci olduğunu savunanlar, teknolojik ürünlerin teknolojiyi küresel çapta ve yaygın bir biçimde kullanılabilir kıldığını öne sürmektedir. Friedman, teknoloji sayesinde hepimizin yaşam alanlarının bir banka, bir iş yeri, bir gazete, bir kitapevi, bir aracı kurum bir fabrika bir okul olduğunu iddia etmektedir.[121] Bu durum beraberinde üretimin küreselleşmesini getirmektedir. İnnis de yaşanan değişimi teknolojideki ilerlemeye bağlamaktadır; toplumsal değişimin temelinin kaynağında teknoloji yatmaktadır. İnnis'e göre insan kendi teknolojisi ile birlikte vardır; toplumsal biçimlerdeki (aile, örgütler) ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonudur. Teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindedir; iletişim teknolojisi düşüncenin, bilincin, insanın ender kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır; dolayısıyla, geniş anlamda simgesel temsil biçimlerini içeren iletişim araçları gerçekte düşüncenin, beynin uzantısıdır. İnnis iletişim teknolojileriyle toplum yapısı arasındaki etki bağını bireyler üstü bir bağlamda ele alıp incelemiştir: İnnis'e göre iletişim araçlarının maddi biçimi sosyal biçimlerin kendilerini belli coğrafik alanda yönetim ve ideoloji bazında yeniden üretmesi becerisiyle güçlü bir şekilde bağlıdır.[122]

Teknolojik değişim ile birlikte iletişim sektöründe, özellikle son on yıllık süreçte, teknolojik gelişmelerin getirisi olarak kitle iletişim araçlarında bir yöndeşme yaşanmıştır. Yöndeşmenin sonucu olarak kitle iletişim araçları, telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri iç içe geçmiştir. Örneğin, veri iletişimi ve telefon iletişimi aynı iletim linklerini ve donanımı kullanabilmektedir, ya da Interneteki enformasyon hizmetleri ile iletişim hizmetlerinin iç içe geçmesi gibi hizmet düzeyinde bir birliktelik söz konusudur. Telefon, radyo televizyon yayınları ve baskı işlemleri

[120] Aslı Zülâl, (haz.), "Bilgi Toplumu", **TÜBİTAK BTD Araştırma Grubu Bilim ve Teknik Dergisi,** (özel eki), Aralık 2003, s.2.
[121] Thomas Friedman, **Lexus ve Zeytin Ağacı Küreselleşmenin Geleceği**, çev. Elif Özsayar Boyner, İstanbul: Holding Yayınları, 1999, s.35.
[122] Erdoğan ve Alemdar, a.g.e., s. 166-167.

sayısallaşmıştır.[123] Yeni iletişim teknolojileri ile beraber yöndeşen araçlar, yeni bir takım iletişim ortamlarının, dolayısıyla da bunlar üzerinde sunulacak yeni hizmet ve ürünlerin yolunu açmıştır.[124] Önür bu durumun küresel bir enformasyon kültürü oluşturduğunu ileri sürmektedir.[125] Önür'e göre küresel enformasyon kültürü; etik ve ulusal değerler arasında hızlı bir dönüşüm başlatmış, bu yeni anlayış, düşünce sistemi yaratan dinamiklerin hemen her sektörde yaygınlaşmasını sağlamıştır. Ancak Schiller, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimin, gelişmiş ülkelerin, özellikle ABD'nin ekonomik çıkarları ve askeri-endüstriyel yapıları yararına çalıştığını savunmaktadır. Böylelikle, çok uluslu sermaye dünya çapında, ulusal politika ve ekonomik uygulamaları düzenleyen bir güç haline gelmektedir.[126]

Modern kitle iletişim araçlarının gelişmesi sonucu kültürel üretim ve dağıtımın teknolojik, örgütsel, yer ve zamansal yönlerinde önemli değişiklikler olduğu bir gerçektir. Birçok araştırmacı için ileri kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları kültür konusunda merkezi bir yer tutar. Çünkü bu toplumlarda simgesel biçimler artan bir şekilde kitle iletişim mekanizmaları ve örgütleri tarafından iletilmektedir.[127]

Gelinen noktada iletişim sektöründeki gelişmelerin ve bu teknolojilerin kullanımının küresel ölçekte yaygınlaşmasının kültürel formların da küresel ölçekte yayılmasını kolaylaştırdığı söylenebilir. Kitle iletişim araçlarına yerel, ulusal ve küresel düzeyde ulaşılabilmesi, maddi tüketimden çok değer ve enformasyon tüketimine dayanmaktadır. Bilgi, haber ve imaj akışları yoğunlaşmakta ülke sınırları medyanın iletişim ağlarında taşınan görüntü ve imajlar için sınır oluşturmamaktadır.[128] Bu süreçte Internet önemli rol üstlenmiştir. Diğer yandan televizyon istasyonları dünyada son 15 yılda 4'e katlanmıştır. Ticari telekomünikasyon sistemleri, uluslararası film endüstrisi,

---

[123] A. Uğur, **Kültür Kıtası Atlas**, İstanbul: YKY Yayınları, 2002, s.95-96.
[124] Sevda Alankuş (der.), **Habercinin El Kitabı:Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, İstanbul : IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, s. 86.
[125] Nimet Önür**, Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum**, Ankara : Alp Yayınevi, 2002, s.134.
[126] akt. Uluç, a.g.e., s.109.
[127] Korkmaz ve Erdoğan**, Popüler Kültür ve İletişim**, s.152.
[128] Rana Aslanoğlu, **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**, Bursa: Asa Yayınları, 1998, s.157.

radyo bu süreçte önemli bir yer tutmaktadır. Turizm, popüler müzik, sportif olaylar farklı insanlara web sitelerinden daha yoğun bir şekilde ulaşmakta ve onları etkilemektedir.[129]

Burada dikkati çeken nokta ekonomik bir yapı olarak algılanabilecek emperyalizm olgusunun yayılmasında ve kalıcılığında etken koşulun kültürel öğeler olmasıdır. 19. yüzyılda doruk noktasındaki burjuva emperyalizmi 21. yüzyılda asimile kültürler doğurmaktadır. Ancak Mattelart'ın da belirttiği gibi küreselleşmenin getirdikleri hakkındaki yorumlar iki kutupta toplanmaktadır. Mattelart bu kutupları şu şekilde betimler:

> *"Bazıları serbest değişim ve büyük ekonomi bloklarının bedeli olarak bir Mcdünya'nın oluşmasının önlenemez olduğunu ileri sürüyor. Bu görüşü paylaşmayanlar ise, toplumsal ve ekonomik kopuşlarla, milliyetçilerin tepkileriyle parçalanan bir dünya da özgürleşmenin gerçekleşemeyeceği düşünüyorlar."*[130]

Ancak Mattelart'a göre ikinci sav daha ağır basmaktadır. Küresel olayların çoğalması küresel toplum için yaratıcılıktan uzaktır. Büyük evrensel spor karşılaşmalarında değişik uluslardan gazetecilerin yaptıkları yorumlar bu savın bir kanıtı niteliğindedir. *Bu yorumlar bizi büyük adımlarla küresel köy kavramından uzaklaştırarak, sovenizmin duvarlarını fark etmemizi sağlar.*[131]

Sonuç olarak çalışmamızın bakış açısından şu tespit yapılabilir; küreselleşme süreci içerisinde ulus-devlet ve kolektif kimlik bilincinin zayıflaması hem ulusal ölçekte hem de kolektif kimliği oluşturan etnik kültürlerde tepkilerin oluşmasına neden olmaktadır. Her ne kadar yerellikten kasıt ister ulusal bazda ister daha küçük kültürel oluşumlar bazında küreselleşmeye tepki olarak algılansa da, kitle iletişim araçlarının egemen güç olan küresel sermaye tarafından kullanılması beraberinde *melez (hybrid)*

---

[129] akt. Serdar Kaypakoğlu, a.g.e., s.121-138.
[130] Mattellart, a.g.e., s.121.
[131] Mattelart, a.g.e., s.122.

kültürlerin[132] oluşmasını sağlamaktadır. Ancak burada ortaya çıkan problem küresel kitle iletişim araçları ile mekan ve zaman sınırlarının ortadan kalkması insanların güvenlik ve aidiyet duygularından kaynaklanan sıkıntılardır. Alankuş gelinen noktayı şöyle özetler:

> *"Yerel olanın global olanın tektipleştirici sürecine karşı, tepkiyle ortaya çıkan ya da daha görünür hale gelen olduğunu söylemiştik. Günümüzde yerellikler, bazen ulus-devlet coğrafyasını alttan ve üstten zorlayan etnik, dinsel, cemaatçi hareketler, feminist hareketler, çevreci, pasifist hareketler, bölgeci hareketler biçiminde, bazen güçlü bir belirli bir kente ait olmak duygusu biçiminde ortaya çıkan ve bir muhalefet gücü taşıyan hareketlerdir. Ancak bunları yerel olarak adlandırıyor oluşumuzun nedeni, belirli bir coğrafya ile sınırlı türdeş kültüre işaret ediyor olmalarından çok, insanlara globalleşme süreci içerisinde kaybolduğunu söylediğimiz coğrafi veya moral "bir yerdelik" duygusunu sağlıyor olmalarıdır."*[133]

Etnik kimlik duygusu, geliştirdiği ortak tarih ve kültür tasarımıyla insanlara kendisini güvende hissedebileceği bir "yer" sağlasa da, kolektif kimliklerin inşasında kullanılan[134] kitle iletişim araçları, şimdi bu kimliklerin parçalanması için kullanılmaktadır. Alankuş, küresel akışkanlığın, bireylerin/toplulukların farklılıklarını/yerelliklerini keşfetmelerine, bu farklılıklarını kimliklerinin temeline yerleştirmelerine, uzak coğrafyalarda olsalar bile kendileriyle benzer koşulları paylaşanlarla ittifaklar oluşturabilmelerine, global olanın karşısına çıkarak, ona meydan okuyabilmelerine neden olduğunu iler sürse de gelinen noktada kitle iletişim araçlarına biçilen görev küresel akışkanlığın yarattığı etkileşimler içerisinde kültürlerin melezleşmesini sağlamaktadır.

---

[132] Kültürün küreselleşmesi sürecinde özellikle son yıllarda üzerinde durulan melez kültür anlayışı, küreselleşme sonucu ortaya çıkan küresel kültürün, diğer kültürler üzerinde bir baskı oluşturmaktan öteye o kültürler ile etkileşim içine girerek o kültürlerin özelliklerini kendine kattığını ileri sürmektedir. Bkz. .Marwan M. Kraidy "Hybridity in Cultural Globalization" Communication Theory*;* 2002; *12*:316-339
http://ct.oupjournals.org/cgi/reprint/12/3/316

[133] Sevda Alankuş, **http://www.bianet.org/2005/04/08/218.htm**

[134] Stuart Hall, "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki" çev. Mehmet Küçük, **Medya İktidar İdeoloji**, (der.), Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınevi, 1999, s.231-233.

BÖLÜM II
BİR MEDYA ENSTRÜMANI OLARAK RADYO; ÖZELLİKLERİ VE TARİHÇESİ

2.1. Radyo Yayınlarının Doğuşu

Radyo yayınının tanımı, sesin elektromanyetik dalgalar yolu ile boşlukta yayılması ve bu dalgaların bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar (radyo alıcıları) yolu ile alınarak sese çevrilmesi ve kamunun hizmetine sunulmasıdır.[135] Radyo, elektrik ve elektromanyetik dalgalar üzerine yapılan farklı araştırmalar sonucu doğmuştur. 1831 yılında Michael Faraday'ın elektromanyetik indüksiyonu keşfetmesi ve telsizin ilim babası olarak da

[135] Aysel Aziz, **Radyo Yayıncılığı**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2002, s. 5.

nitelenen İskoç James Clerk Maxwell'in 1864 yılında elektromanyetiğin atmosferde dalgalar halinde hareket ettiğini ve atmosferin bu dalgaları taşımak için ışık hızında kapasiteye sahip olduğunu bulması bu araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Maxwell'in bu buluşundan sonra 1887 yılında bugün elektromanyetik dalgalara adını veren Alman fizikçi Heinrich Hertz, Maxwell'in buluşunu geliştirmiştir. Hertz 26 yaşındayken yaptığı deneylerle Faraday ve Maxwell'in teorilerini ilerletmiş ve radyo dalgalarının varlığını ve uzunluğunu bulmuştur.[136]

Hertz'in bu buluşu önemli olmakla birlikte insanlığın yararına kullanılması daha sonra gerçekleştirildi. İtalyan Guglielmo Marconi, bu yayınlar yolu ile ilk insan sesinin gönderilmesi deneyimini 1895 yılında İtalya'da yaptı. Önce bir mil kadar çok kısa uzaklığa elektromanyetik dalgalarla sesin ulaştırılmasını sağladı. Daha sonraki yıllarsa ise bu deneylerini İngiltere'de daha uzak mesafelerde sürdürdü. Böylece elektromanyetik dalgalarla insan sesinin gönderilmesi olgusu ilk kez gerçekleştirilmiş oldu.[137]

Guglielmo Marconi 1901'de s harfine okyanusu aştırarak Atlantik ötesi radyo iletişimi çağını açar. Bu İtalyan mühendisin patentleriyle ilk ilgilenenler, Donanma, Savaş Bürosu ve Merkez Postane olur. Patentlerin tek sahipliğini İngiliz Marconi co. Firmasının elde etmesi, bu yeni teknolojinin uluslararasılaşması için denizaltı kablosu konusunda geçerli olan modelden esinlenen bir kurumsal çerçeve güvencesi getirmeye yönelik İngiliz girişiminin de başlangıcı olur. Ama Siemens ve AEG tarafından firmaların patentlerine sahip olan ve bunları kullanmak için 1903'de Telefunken'i kuran Almanya araya girer. Almanya'nın girişimiyle 1903 ve 1906'da Berlin'de iki uluslararası toplantı düzenlenir. Bu toplantılarda, sinyallerin aktarımı için tek tip araç öneren İngiliz tezini savunanlar azınlıkta kalır ve Birinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar yalnızca askeri alanda kullanılacak olan bu teknolojinin patentlerinin sahiplerinin üyesi olduğu çok özel kulüpte serbest rekabet ortamı açılır. 1906 yılındaki toplantı sonucunda Uluslararası Radyo Birliği

[136] Hüseyin Altunbaş, **Radyo Reklamcılığı**, Konya: Tablet Yayınları, 2003; s.7
[137] Aziz, a.g.e., s.6.

kurulur. Birlik, frekans dağılımı sorunlarını çözümler ve evrensel iletişimin temellerini atar.[138]

Radyonun atası olarak değerlendirilen telgraf, elektrik ve elektromanyetik alandaki gelişmelerin merkezi, Amerika'da 19. yüzyılın ortalarında fiziksel olarak bir noktadan diğerine mesaj ulaştırmanın zorlaşması ve habercilerle yapılan iletişimin yerine çok geç ulaşmasıyla ciddi sorunların ortaya çıkması neticesinde gelişmiş ve telgrafla ilgili çalışmalar önemli hale gelmiştir.[139]

İlk radyo yayınlarının başlaması ile ilgili tarihler farklı olmakla birlikte, genel olarak düzenli, kamuya haber, müzik ve diğer tür yayınların verilmesi ile ilgili tarih, Batı kaynaklarında, Kasım 1920 olarak geçer. ABD'de Pittsburg'da KDVK adlı radyo kanalı ilk düzenli radyo yayınlarını başlatan kanal olarak radyoculuk tarihine geçmiştir.[140]

Diğer ülkelerde de düzenli yayınlar gecikmemiş; 1922 yılında İngiltere, Fransa, Sovyetler Birliği'nde; 1923 yılında Almanya'da; sonra sırasıyla, 1927 yılına kadar Arjantin, Avustralya, İtalya, Japonya, Norveç, Yeni Zelanda, Hollanda, İsveç, İsviçre, Çekoslovakya, Güney Afrika Birliği gibi ülkelerde radyo yayınları başlamıştır.[141]

Uzak mesafeler arasında hızlı iletişim kurmak amacıyla geliştirilen radyonun bir kitle iletişim aracı haline gelmesindeki en büyük etken şüphesiz 1. ve 2. Dünya Savaşlarıdır. 1. Dünya Savaşı'nda askeri iletişim için kullanılan radyo 2. Dünya Savaşında propaganda aracı olarak kullanılmıştır.[142]

Radyonun kısa tarihindeki en büyük atılım ve bu aracın dünya genelinde yaygınlaşmasını sağlayan buluş transistordur. Tekinalp, transistorun ortaya

---

[138] Mattelart, a.g.e., s. 25-26.
[139] Altunbaş, a.g.e., s.8.
[140] Aziz, a.g.e., s.7.
[141] Şermin Tekinalp, **Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon**, İstanbul: Der Yayınları, 2003; s.58.
[142] Erdoğan, **İletişimi Anlamak**, s.313-314.

çıkmasıyla radyonun her yere taşınabildiğini, radyo alıcılarının kişiye özel hale geldiğini bildirmektedir.[143] Öte yandan 1955 yılında stereo yayının keşfi müzik yayınlarında kaliteyi arttırmış, radyo yayıncılığında ses kalitesinin yükselmesi, radyo içeriğinin müziğe kaymasında önemli bir rol oynamıştır.[144]

2.2. Radyo Yayıncılığının Gelişimi ve Farklı Arayışlar

Radyo yayınlarının gücünün farkına varılması bu alanda sürdürülen çalışmaların ABD dışında devlet eliyle sürdürülmesine neden olmuştur. Özellikle Avrupa'da ulus kavramının pekiştirilmesi Mutlu'nun deyimiyle "belli bir memleket tahayyülünün"[145] oluşturulması amacıyla radyo yayınları sıkı denetim altına alınmıştır. Radyonun reklam yoluyla özel teşebbüsün ekonomik çıkarlarına ve propaganda aracı olarak siyasal çıkarlara hizmet etmesi iki farklı gerilim ortasında bu kitle iletişim aracının birbirinden farklı iki yönde ilerlemesine neden olmuştur. Günümüzde ülkelerin siyasi ve ekonomik felsefelerine göre kitle iletişim yayınları genel olarak tecimsel yayıncılık veya kamu hizmeti yayıncılığı modelleri tanımlaması altında ikiye ayrılmaktadır. Ancak bu ayrımın, ülkelerin yönetim ve denetim anlayışlarına göre katı olarak uygulanmadığı; bazı ülkelerde kamu hizmeti anlayışında tecimsellik daha ağır basarken, başka bir ülkede tecimsel yayıncılıkta da kamu hizmeti anlayışının daha ağır bastığı görülmektedir.[146] Özellikle neo-liberal politikalar ve küreselleşme hareketinin etkisi ile tecimsel yayın platformları gelişirken kamu hizmeti modelinde de ciddi değişimlerin meydana geldiği iddiası sık sık dile getirilmektedir.[147] Bu durum özellikle son on yıllık süreçte bağımsız iletişim ağlarının da kurulma çabaları ile birlikte karmaşık bir hal almıştır. Günümüzde devlet tarafından sürdürülen kamu hizmeti modeline alternatif olduğu ileri sürülen yeni yayın anlayışlarının da üçüncü bir seçenek olarak bu modellere eklendiği görülmektedir.

2.2.1 Bir Yapı Taşı Olarak Kamu Hizmeti Yayıncılığı

[143] Tekinalp, a.g.e., s.59.
[144] Hamza Çakır, **Tüm Yönleriyle Radyo**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005, s. 26.
[145] Mutlu, a.g.e., s.25.
[146] Tekinalp, a.g.e., s.71.
[147] Mutlu, a.g.e., s.28-29.

Kamu yayıncılığı kavramı, yayınların toplum yararına yapılmasının gerekli olduğu temeline dayanmaktadır. Çünkü ses ve görüntü mesajlarını taşıyan elektromanyetik dalgalar, frekanslar toplumun malıdır ve bu nedenle de radyo ve televizyon yayınlarının en önemli görevi, bu yayınların toplum yararına yapılmasıdır.[148] Modelin dayandığı temel, iletişim araçlarının topluma karşı sorumluluğu olduğu ve bu sorumluluğunu ulus-devletin sınırları içinde yaşayan tüm kesimleri bir yurttaş olarak kabul edip, onların toplumla bütünleşmelerini sağlayacak bir yayıncılıkla yerine getirme inancıdır.[149]

ABD sistemi, kitle iletişim araçlarını kamunun malı olan frekansları kullanan ve kamuya hizmet etmesi gereken araçlar olarak görmez. ABD'de kamu, kitle iletişim teknolojilerini ve bu teknolojilerin ürettiği içerikleri tüketen tüketiciler olarak görür. Kamu yararının gözetilmesi için yapılan düzenlemeler genelde hakim olan pazar ekonomisi felsefesini etkilemez.[150] Avrupa'da gelişen kamu hizmeti modelinde, toplumların yapısına göre, yayınlardan sorumlu kamu kurumunu siyasal iktidarın etki alanı dışına taşıyarak tarafsız yayınları güvence altına almayı amaçlayan özerklik düzenlemeleri ya da Fransa'da ORTF modelinde olduğu gibi siyasal iktidara bağlı hükümet radyo-televizyonu düzenlemeleri görülmektedir. Özerklik, İngiltere'deki BBC (British Broadcasting Corporation-İngiliz Yayın Kurumu) örneğinde olduğu gibi olumlu katılmaya dayalı biçiminde olabilir.[151]

Kamu hizmeti yayıncılığı fikri, ulusallık fikriyle sıkı sıkıya bağlıdır. Bir memlekete özgü kültürel özelliklerin bütün bir vatandaş topluluğunca paylaşılır hale gelmesi, kültürel ve siyasal bütünlüğe tehdit oluşturulan unsurları dışlayabilmek, eğitim, bilgi ve kültür şırınga ederek memleketin halkını bilgili, eğitimli, kültürlü, bilinçli vatandaş haline getirmek kamu hizmeti yayıncılığına yüklenen misyonlardır.[152]

---

[148] Aziz, a.g.e., s.16.
[149] Alankuş, a.g.e., s.60.
[150] Tekinalp, a.g.e., s.71.
[151] İlal, a.g.e., s.44.
[152] Mutlu, a.g.e., s.27.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise radyodan hareketle kamu hizmeti modeline baktığımız vakit, radyonun kuruluşundan itibaren uzun yıllar devlet tekelinde, kar amacından çok kamu hizmeti gören bir araç olarak değerlendirildiğini; çoğu kez de siyasi erkin propaganda aracı olarak yayın yaptığını görüyoruz.[153]

2.2.2. Tecimsel Radyo Yayıncılığı

Özel-tecimsel sistemde radyo kanalları özel girişimin elindedir. Uymak zorunda oldukları yasal düzenlemeler ve sorumlu oldukları üst yayın örgütleri vardır. Ancak bunlar yalnızca genel kuralları belirlerler. Yayınların içeriğine, çok genel kurallar çerçevesi dışında, herhangi bir karışma olmaz. Bu kanalların tüm giderleri reklam ya da sponsor gelirlerinden karşılanır.[154] Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişen tecimsel modelde amaç daha çok karlılıktır. Bu modelde verici-alıcı araçlar, istasyonlar ve daha da önemlisi, yayın zamanı satılık bir tüketim malıdır.[155]

Tecimsel radyoların Avrupa ve Türkiye'deki gelişimiyle ilgili olarak Cankaya, Avrupa'da 1980'lerden sonra, radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kırılmasıyla özel girişimin elindeki radyo istasyonlarının sayılarının artması ve yayıncılık alanındaki değişimlerin 1980'li yılların sonunda Türkiye'nin de gündemine yerleştiğinin altını çizmektedir.[156]

Bu sistemdeki radyo kanallarının yayın formatları daha çok müzik ağırlıklıdır. Bu müziğin türü ise, seslendiği izleyici kitlenin istek ve beğenisine uygun olmak zorundadır. Örneğin 15-20 yaş grubundaki gençlere seslenen bir radyo kanalındaki müzik türü, onların beğendikleri, dinlemekten hoşlanacakları müzikten oluşacak, aynı şekilde bu kanalda yer alan reklamlar

[153] Tekinalp, a.g.e., s.71.
[154] Aziz, a.g.e., s.16.
[155] İlal, a.g.e., s.45.
[156] Cankaya, a.g.e., s. 76.

da bu yaş grubunu etkileyecek, onları satın almaya yöneltecek reklamlar olacaktır.[157]

Başlangıçta, ortaya atıldıkları toplumsal-ekonomik koşullara ve çağa uygun yapılara sahip olan değişik basın, sinema ve radyo-televizyon teknolojileri artık günümüzde kendilerini üreten gelişmiş toplumların ekonomik ve kültürel yapısına koşut ortak özelliklere sahip bir "yığınsal iletim aracı" yapısı kazanmışlardır.[158]

2.2.3. Radyo Yayıncılığında Alternatif Arayışlar

Radyonun bir propaganda aracı olarak kullanılmaya başlandığı 1. Dünya Savaşı yıllarından itibaren, neyi ve nasıl temsil ettiği sorunu, diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi tartışıla gelmiştir. Çalışmamızda da değindiğimiz gibi radyonun kamuya ait bir araç olduğundan hareketle devlet tekelinde olması ya da bu kontrol durumuna karşı çıkan liberallerin direttiği üzere radyo yayıncılığının serbest piyasa koşullarına tabii olması görüşü çatışmaların nirengi noktalarıdır. Sonuçta yayıncılık alanındaki sistem, bu iki anlayıştan birisine ya da ikisine birden dayandığında ortaya çıkan sonuç aslında radyonun (sonraları da televizyonun); çoğu durumda birbirleriyle örtüşen/birleşen çıkarlara sahip hegemonik siyasi/kültürel veya ekonomik iktidar ile güç merkezlerinin denetiminde olmasıdır. Daha açık bir ifadeyle *"…radyo teknolojisi bambaşka imkanlar getirdiği; ya da yapabilecekleri anlamında radyonun "olasılık mekanının" sınırlar, sadece sesini duyurabildiği coğrafi sınırlarda bitmediği halde; radyo, geleneksel medyanın tek taraflı, seçkinci, yukarıdan aşağıya, buyurgan niteliğini tekrarlamaktan başka bir şey yapmıyordu"*[159]

---

[157] Aziz, a.g.e., s. 16-17.
[158] İlal, a.g.e., s. 46.
[159] Alankuş, a.g.e., s. 29.

Ancak bu duruma getirilen eleştiriler beraberinde farklı bir yayın anlayışı ile yayın yapan ve "Korsan Radyo", Bağımsız Radyo", Özgür Radyo" gibi radyoları getirmiştir. Alankuş, bu hareketin kökeninde sessizleştirilenlerin, marjinalleştirilenlerin, ezilenlerin sesi olacak "özgürleştirmeci" bir anlayışın yattığını ifade etmektedir. *Mademki herkese ait olması gereken bu alan, tekil bir siyasal iktidarın tiranlığınca gasp edilmişti, bu iktidarlar tarafından yerlerinden edilenler bulundukları her yerden seslenip, harekete geçerek, gaspçıyı birer birer gasp ettiği yerlerden birer birer edebilirlerdi.*[160].

Özellikle 1960'lı yılların toplumsal hareketleri bağlamında Avrupa, siyasal tercihini benzerlikten, farklılıkları tanımaya, merkezileşmeden, yerinde yönetime, kamu tekellerinden, özel girişime doğru değiştirmeye başlamıştır. Ulus-devletler içinde kültürel, toplumsal ve özellikle etnik farklılıklar benzerlik politikasından ziyade farklılıkların tanınması politikasına doğru bir geçişi zorlamıştır. Bunda savaş sonrası dönemde Avrupa ülkelerine iş gücü olarak dağılan farkı etnik azınlıkların kendi kimliklerini yaşatma mücadelesi kadar aynı ülke vatandaşlarının siyasal, toplumsal ve kültürel olarak dengeli bir şekilde iletişim araçlarından seslerini duyuramadıkları eleştirisi de oldukça etkili olmuştur.[161] Alternatif radyolar kamusal yayın yapan, devletin ve özel sektörün tekelci yayıncılık anlayışına karşı, büyük ölçüde dinleyicinin katılımına yer veren, özgür ya da özerk, yerel radyolar olarak ortaya çıkmışlardır.

Alternatif radyolar geleneksel-ulusal radyolardan yerel yayın yapmaları ve halkın tümüne değil, belirli bir topluluğa seslenmelerinin yanı sıra bir çok konuda ayrılmaktadırlar. Ulusal radyolar dikey iletişim sağlarken alternatif radyolar yatay iletişime yönelmişlerdir. Yayın sırasında dinleyiciye ulaşıp onların yayına katılması istenir. Ulusal radyolar geniş kitleleri kapsam içine alması nedeniyle sorunlara yüzeysel olarak bir bütün içinde genel çizgileri ile

---

[160] Alankuş, a.g.e., s.31.
[161] Nilüfer Timisi, "Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri" **Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,** Ankara, 1997-1998 Ankara Üniversitesi Basımevi, 1998, s. 8.

yer verirken alternatif radyolar belirli bir kamusal topluluğu ilgilendiren konulara, sorunlara değinmektedirler.[162]

Sonuçta yasadışı olmaları ve kapatılmalarına rağmen korsan radyolar devlet tekellerinin göz ardı edemeyeceği yansımaları da beraberinde getirmiştir. Yayıncılık alanında devlet tekelinin kırılması yerel ve topluluk radyolarının yayıncılık alanına kazandırılması bu tür girişimler sayesinde gerçekleşmiştir. Korsan ya da yasal kamusal ya da özel, toplumsal, eğlenceye dönük ya da ticari, özgür, yerinden yönetilen, tek başına ya da yasal düzenleme dışında, çok profesyonel ya da ızdırap verecek derecede amatör, mahalle boyutunda yerel ya da bölgesel olsunlar Avrupa'da yöresel radyo istasyonları şaşırtıcı çeşitlilikte bir mozaik oluşturmaktadır.[163]

2.3. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyonun Temel Özellikleri

> *"Radyo medya cinidir, bir şişeye sığabilecek kadar küçük, bütün kıtaları içine alabilecek kadar büyüktür. Bir uçta hastane radyosu gibi yerel istasyonlar,diğer uçta, yer küreyi saran ve adlarına yakışır biçimde dünya servisleri vardır. Ve bu radyo istasyonlarını dinleyen, sayıları birkaç düzineden milyonlara erişen dinleyiciler"*[164]

Michael Kaye ve Andrew Popperwell radyoyu böyle tanımlamaktadırlar. Diğer kitle iletişim araçlarına bakıldığında radyonun kendine has özellikleri ile diğerlerinden ayrıldığı görülmektedir. Özellikle hızlı ve zaman kullanımı konusunda esnek bir iletişim aracı olması kitle iletişim araçlarının birincil görevi olan haber verme işlevi konusunda gazete ya da televizyonlardan farklı bir konumda olmasını sağlamaktadır. Diğer yandan ucuz bir iletişim aracı olması onu kolay erişilebilir kıldığı için yaygındır[165]. Duran ise radyonun bir başka özelliğini şöyle tanımlamaktadır: *"Ses bir şekilde görüntü yaratıyor*

---

[162] Topuz, Öngören, Aziz, Önen, **Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni,** İstanbul : İLAD Yayınları, 1990.
[163] akt. Timisi, a.g.e., s.13.
[164] Michael Kaye ve Andrew Popperwell, **Radyo Dersleri**, çev. Tuğrul Eryılmaz, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995, s.13.
[165] Çakır, a.g.e., s.79-80.

insan tahayyülünde. Üstelik bu görüntüler son derece öznel, şahsi. Mesela şimdi radyodan şöyle bir cümle duydunuz: "Adam, yolda yürüyordu". Dinleyene göre, adam, yol, yürümek çok farklı bir şekilde canlanabilir insan hayalinde"[166]

Radyonun diğer özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir[167]:

- **Radyo Sınır Tanımaz:** Radyo özelikle kısa dalgadan yayın yapan istasyonlar düşünüldüğünde coğrafi olarak sınırları yoktur.

- **Radyo Meşgul Etmez Eşlik Eder:** Televizyon izlemek ya da gazete okumak gibi özel zaman ayırmayı gerektirmeyen radyo bu özelliği ile de diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır.

- **Radyo Kişiseldir:** Radyoda çalınan müzik ya da programda kullanılan müzik, kişinin psikolojik durumuna göre algının süzgecinden geçer bu nedenle, radyodan alınan ileti kişiden kişiye farklılık gösterir.

Radyonun 1920'lerden beri geliştirdiği değer ve üsluplar bugün hala geçerliliğini korumaktadır. Radyonun haber vermesi, eğitmesi ve eğlendirmesi fikri halen geçerliliğini korumaktadır. Radyo için vazgeçilmez işlevler olan bu işlevlerin yanında bir kitle iletişim aracı olması nedeniyle propaganda aracı ve reklam aracı olarak da kullanılmıştır. Aynı şekilde ilk yıllarından itibaren yayıncılar tarafından sürdürülen "dinleyiciler istediklerini mi dinlesinler yoksa kendileri için iyi olanı mı dinlesinler?" tartışması günümüzde de devam etmektedir.[168]

2.4 Radyo Programlarının Temel Özellikleri

[166] Alankuş, a.g.e., s. 107.
[167] Eryılmaz, a.g.e., s. 94-95.
[168] Kaye ve Popperwell, a.g.e., s.15.

Radyo kendine has özellikleri ve işlevleri dışında içeriğini oluşturan programlar itibariyle de diğer kitle iletişim araçlarından farklılık göstermektedir. Radyoda yayınlanan programlar içerik özelliklerine göre haber, eğitim-kültür ve müzik eğlence programları olarak ayrılmaktadır.

2.4.1. Haber Programları

Haber içerikli iletilerin tümü haber vermek amacı ile hazırlanır. Bu tür yayınlar, doğrudan dar anlamı ile haber bültenlerinden ve daha geniş kapsamlı bir anlamda aydınlatıcı, eğitici nitelikli haber programlarından oluşmaktadır.[169] Radyo haberlerinin özelliklerine bakıldığında radyonun ses ve dalgalar bakımından günümüzde hala en hızlı ileticiye sahip olmaları özelliğinden dolayı hızlı bir haber aracıdır. Değişiklikler ve belirlemelerin güncelliğin gelişimiyle aynı ritimde yapılabilmesinden dolayı esnek bir yapıya sahiptir. Aynı zamanda değişim ve etkileşim içerisinde olma özelliğine sahiptir.[170]

Dünyada haber amaçlı yayını olmayan ülke yoktur. Hemen her ülkede bir ya da birkaç kanal radyo istasyonu ağırlıklı olarak haber yayını yapar. Çünkü bir kitle iletişim aracı olan radyonun temel işlevlerinden biri haber vermek, toplumu aydınlatmaktır.[171]

Televizyon haberlerine göre radyo haberlerinin üstünlüğü, haberin radyoya ulaştığı anda verilebilmesidir. Televizyonda olduğu gibi, arşiv görüntüleri için çalışılması, haberin kurgulanması, her türlü görüntü ile stüdyonun ve spikerin hazırlanması gibi ayrıntılı süreçlere gerek yoktur.[172]

---

[169] Aziz, a.g.e., s.68.
[170] Marie France Cubadda v.d. çev. Aslı Yapar v.d., **Radyo Teknikleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1998, s. 5.
[171] Aziz, a.g.e., s.68.
[172] Tekinalp, a.g.e., s.118-119.

Her radyo kanalının yayınlarında, önce yönetim sistemine bağlı olarak, ikincisi ise benimsediği, kabul ettiği yayın formatına bağlı olarak uzun ve kısa haber bültenleri yer alır. Genel olarak tüm radyo kanallarında günde iki-üç kez haber bülteni vardır.[173] Bununla birlikte tümüyle haber yayınlayan radyo istasyonları da bulunmaktadır. NTV Radyo, CNN Türk, Radyo Anadolu Haber, Açık Radyo, Radyo Foreks gibi radyo istasyonları 24 saat boyunca haber ve haber programı ağırlıklı yayın yapan radyo kanallarıdır.

2.4.2. Müzik ve Eğlence Programları

Radyonun gelişiminden bu yana ve özellikle de FM yayıncılığın başlamasından sonra radyo, müziğin gücünü kullanan en iyi kitle iletişim aracı olmuştur. Müzik kutusu denmesinin ardında yatan ana sebep de budur.[174] Radyo yayınlarının genel amacı ne olursa olsun, müzik ve eğlence türü programlara hemen hemen her radyo kanalında rastlanmaktadır. Burada müzik ve eğlence yayınları haber, eğitim, kültür, propaganda ve reklam içerikli mesajların izlenmesini sağlamak üzere başvurulan bir program türü niteliğindedir.[175] Eğlence programları; arkası yarınlar, diziler, yarışma programları oradan buradan hafif konuları işleyen ve asıl amacı mizah ve gülmece olan magazin-kuşak programlar şeklinde sunulur.[176]

Radyo örgütlerinin genel yayın amacına bağlı olarak müzik ve eğlence türü programların yeri, önemi ve içeriği değişmektedir. Özel kesimin elinde bulunan radyo istasyonlarında reklam ana amaç olduğu için, bu yayınların izlenmesini sağlamak üzere müzik ve eğlence türü programlar ağırlıktadır. Bu istasyon yayınlarının % 85-90'ı bu tür programlara ayrılmıştır. Ülkenin kültür yapısı, kanalların seslenmek istediği izleyici kitlelerin özellikleri, radyo kanallarının da ne tür müziğe ağırlık vereceğini belirler.[177]

---

[173] Aziz, a.g.e., s.68.
[174] Altunbaş, a.g.e., s.83.
[175] Aziz, a.g.e., s.71.
[176] Tekinalp, a.g.e., s.120.
[177] Aziz, a.g.e., s.71-72.

TNS PİAR 2000 yılı Radyo Araştırma Raporu'na göre Türkiye için müzik türleri Türk Pop Müziği, Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği, Arabesk Müzik, Taverna/Fantezi Müzik, Özgün Müzik, Klasik Türk Müziği, Dini Müzik/İlahiler, Otantik Müzik, Alternatif Müzik şeklinde sınıflandırılmıştır.[178]

2.4.3. Eğitim ve Kültür Programları

Kitlelere öğretim amacıyla planlı, yöntemli, uzman kişiler tarafından hazırlanan ve sunulan programlardır.[179] Bu tür programların, genel yayın içerisindeki oranları, içerikleri, seslendikleri izleyici kitleleri farklılık gösterir. Eğitim işlevini yerine getirmek üzere çocuğa, gençliğe, yetişkine, yaşlıya, kadına, çiftçiye ve kimi meslek gruplarına seslenen eğitsel programlar vardır.[180]

Bazı yayın kanallarında, örneğin tecimsel amaçlı radyo istasyonlarında bu tür yayınlar çok az denecek oranlarda iken, Avrupa Yayın Sistemi'ni benimseyen ülkelerde bu tür programlar hem oran olarak, hem de tür olarak çoktur. Ülkemizde bu konuda büyük sorumluluk TRT'ye verilmiştir.[181]

2.5. Yerel Medya Bağlamında Radyo Yayıncılığı Ve Türkiye'de Yerel Radyoların Gelişimi

Radyonun bir kitle iletişim aracı hüviyetini kazandığı yıllarda Türkiye'de de bu alanda çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bir yenilik olarak çok kısa zamanda Türkiye'ye gelen radyo 1927 yılında yayına başlamıştır. 1964 yılına kadar çeşitli örgütlenmeler ile devam ettirilen yayınlar, bu tarihte TRT'nin kurulması ile birlikte bu kuruma bırakılmıştır. Kuruluş yapısı itibariyle ilk

[178] Altunbaş, a.g.e., s.88.
[179] Tekinalp, a.g.e., s.120.
[180] Aziz, a.g.e., s.70.
[181] Aziz, a.g.e., s.70.

zamanlarında özerk bir devlet kurumu olan TRT döneminde radyo yayıncılığı alt yapı yatırımları ve içerik itibariyle bir anlamda altın çağını yaşamıştır.[182]

Uzun yıllar çeşitli düzenlemelerden geçerek ama devlet tekelinde sürdürülen radyo yayıncılığı, 1990'lı yıllarında başında yaşanan gelişmeler ile devlet tekelinden çıkmıştır. Özel sermayenin yayıncılık alanındaki girişimleri, bir biri ardına özel radyo kanallarının açılmasına neden olmuştur. Özellikle radyo yayıncılığında yüksek alt yapı yatırımlarına ihtiyaç duyulmaması, ulusal ve yerel bazda bir kitle iletişim aracına sahip olmak isteyen özel sermayeyi cezp etmiştir. Aynı şekilde politik amaçlar ile çeşitli siyasal partiler ve belediye örgütlenmeleri de radyo istasyonları kurarak yayınlar gerçekleştirmiştir. Çalışmamızın bu başlığı altında yerel yayıncılığın algılanış biçimine, genel bir bakış getirilmeye çalışılmaktadır.

2.5.1. Yayıncılıkta Yerelliğin Tanımlanması: Türkiye'de Yerel Medya Nasıl Algılanıyor?

Yayıncılığın yerel düzeyde düzenlenmesi tartışmaları iki konuda yoğunlaştırmaktadır. Yerel olanın tanımlanması ve yerel yayın kurumlarının yapısal düzenlenmesi. Yerel yayıncılık bağlamında ülkeler kendi coğrafik ve kültürel yapılarına uygun tanımlar geliştirmişlerdir. Bazı ülkelerde coğrafya olarak küçük bir bölge yerel olarak tanımlanırken, bazılarında belirli bir organik bütünlüğü olan insan toplulukları yerel kavramı kapsamında düşünülmektedir. Stavitsk'nin tanımlamasından hareketle Timisi, yerel yayınları coğrafi ve toplumsal olarak ayırmaktadır.[183] Coğrafi yerellik radyo sinyallerinin eriştiği ya da siyasal parametreler sonucu tanımlanmış olan bir coğrafi alan tekabül etmektedir. Tanımlamış sınırlar içinde program üretimi ve dağıtımı bu coğrafi ya da siyasal alanın gereklerini dikkate almak durumundadır. Amerikan ticari geleneği içinde tanımlanan yerel yayıncık coğrafi yerellik kapsamı içine girmektedir. Toplumsal yerellik ise paylaşılan kültürel zevkler, değerler ve çıkarlar açısından ortaklık gösteren toplu ya da

[182] Aziz, a.g.e., s. 216.
[183] Timisi, a.g.e., s. 9.

dağınık grupları tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Bu bağlamda yayının izlendiği ya da dinlendiği alan birbirlerinden oldukça uzak ya da sınırlı bir alan olabilmektedir. Özetle elektronik sinyallerin ulaştığı alanın ulusal, bölgesel ya da yerel olarak tanımlanması dışında toplumsal yerellik, yayının yöneldiği hedef izleyici/dinleyici kitlesinin ortak özelliklerini ön plana çıkarmaktadır.[184]

Türkiye'de ise ayrımın radyoların aktarıcı güçlerine ve kapsadıkları coğrafi alan dolayısıyla kuramsal olarak ulaşabilecekleri dinleyici sayısına göre ayrılmaktadır. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un birinci bölüm amaç, kapsam ve tanımlar bölümü üçüncü madde L-M-N fıkralarında belirtildiği üzere şöyle tanımlanmıştır;[185]

- **Ulusal yayın**: Bütün ülkeye yapılan radyo, televizyon ve veri yayınını,

- **Bölgesel yayın**: Birbirine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafî bölge alanının asgarî yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayınını,

- **Yerel yayın**: Mülkî taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayınını.

Görüldüğü üzere, Türkiye'de esas itibariyle yayın yapılan coğrafi alan önem kazanmaktadır. Ulusal yayın, bütün ülkenin yerleşik alanının %70'den az olmamak üzere yapılan radyo, televizyon ve veri yayını; bölgesel yayın, birbirine komşu en az üç il veya en çok bir coğrafi bölge alanının asgari % 70'ine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını; yerel yayın ise, mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dahil) veya bir ilin alanının en az % 70'ine

[184] Timisi, a.g.e., s. 9.
[185] **http://www.rtuk.gov.tr/kanun1.htm**

yapılan radyo, televizyon ve veri yayınıdır.[186] Ülkenin tamamına yayın yapan ve aktarıcı güçleri 500-2000 KW ve üzerinde olan TRT gibi ulusal radyolar, 200-500 KW arasında değişen güçleri ile TRT'nin Diyarbakır ve Antalya Bölge radyoları ve yalnızca küçük kent ve kasabalara yayın yapan radyolar yerel radyolar olarak ayrılmaktadır.[187]

Günümüzde kitle iletişim araçlarının toplumsal sorumluluk anlayışı çerçevesinde bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma gibi işlevlerinin yanı sıra bireylerin kültürel sermayelerini geliştirme gibi yeni bir işlevinden daha söz edilmektedir. Bu yeni işlevin gerçekleştirilmesinde yerel ölçekte yapılanan kitle iletişim sistemlerinin toplumun hangi kesimlerine nasıl bir içerikle ulaştığı belirleyici rol oynamaktadır. Bir toplum içinde dolaşımda olan kültürel sermaye zenginleşmesinde ve gelişmesinde hiç kuşkusuz ulusal yayın organları kadar yerel yayın organlarına da önemli bir görev düşmektedir.

Yerel yayın kuruluşları, ulusal gündemi takip ederken öncelikli ve ağırlıklı olarak yerel konulara yer vererek halkın ilgisini çekmek ve bilinçlendirmek durumundadır. Yerel yayın kuruluşlarının ulusal yayın kuruluşlarından en temel farkı, belirli bir "yerel" coğrafyada yaşayan insanlara yönelik olarak görsel ve yazılı anlamda o tanımlanmış mekana ilişkin enformasyon gereksinimini temin eden bir iletişim aracı ve ortamı olması gelmektedir. Her ne kadar Türkiye'de yerel yayıncılık belli bir coğrafi alan göz önüne alınarak tanımlansa da günümüzde "yerel(lik)" olgusu belirli bir coğrafyayla da sınırlı değildir. Doğduğunuz ya da büyüdüğünüz yerden uzakta yaşıyor olsanız bile yeni iletişim teknolojileri sayesinde o tanımlanmış mekana ilişkin haberler elde edebilirsiniz. Artık önemli olan bireyin kendini herhangi bir "yerel" aidiyet bağı ile tanımlayıp tanımlamadığıdır[188]. Bu bağlamda yerel medyayı şu şekilde yeniden tanımlanabilmektedir: Bulunduğu, seslendiği bölgeyi ve o bölgenin halkını yerel toplumsal, siyasal ve kültürel oluşumlar ile ilgili olarak

---

[186] **http://www.rtuk.org.tr**
[187] Eryılmaz, a.g.e., s.92.
[188] Mehtap Küçükkarakaş - Harun Yıldız **Van Mikro Ölçeğinde Yerel Medya http://www.ilet.gazi.edu.tr/gazete.php?islem=detay&id=413**

bilinçlendirme işlevini yürüten, bunlara koşut olarak ulusal medyaya rakip değil alternatif bir seçenek olan bir iletişim ortamıdır.[189]

Bir başka görüşe göre yerel medya, demokrasinin kurumsallaşıp kökleşmesi, yurttaşlık bilincinin artması, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi için sayısız katkıları bulunan bir araç konumundadır[190]. Bu görüşe göre yerel medya ulusal medyanın tek boyutlu ve aynı tezgahtan çıkmış gündemine karşı halkın gerçek gündemini tartışarak çoğulculuğun koruyucusu konumundadır. Aynı şekilde yerel sorunlara il yöneticilerinin dikkatini çekerek yerel yönetimleri denetleme görevini üstlenmektedir. Yerel yayıncılık sivil toplum örgütlerinin çoğalmasına ve etkinliklerinin artmasına da büyük katkı sağlamaktadır.

> *"Yerel televizyon kanallarının yerel bürokrasiyi eleştirmesi-yönlendirmesi cılız ve pasif durumda olan sivil toplum örgütlerine cesaret vermiştir. Ayrıca bu sivil toplum örgütleri sık sık yerel televizyon kanallarına çıkarak kendilerini daha iyi anlatma olanağı bulmuşlar, halkımızı bilinçlendirmişlerdir. Çevreyle ilgili sorunlarda çevre koruma derneklerin, sağlıkla ilgili sorunlarda sağlıkla ilgili dernekleri, demokrasinin ve hukukun üstünlüğünün tartışıldığı zamanlarda ise bu konuyla ilgili derneklere söz hakkı vermişlerdir. Böyle olunca da sivil toplum örgütleri görüşlerini geniş halk kesimlerine duyurmuşlar, bu durum neticesinde ise halkımız negatif yada pozitif bir tavır almıştır. Ayrıca yerel televizyon kanalları sivil toplum örgütlerinin kampanyalarını ücretsiz olarak yayınlamışlar, onların kamuoyu oluşturmasına katkıda bulunmuşlardır"*[191]

Uzun zaman sadece, yazılı olarak devam eden yerel medya son yıllardaki teknolojik gelişmelerden etkilenerek, önce radyolar daha sonra da televizyonlarla, ilgi alanını işitsel ve görsel alana doğru genişletmiştir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti eski başkanı Nail Güreli, yerel yayıncılığın güçlenmesini

---

[189] Mehtap Küçükkarakaş - Harun Yıldız a.g.e
[190] Sinan Burhan **Yerel Televizyonlar Ve Demokrasi http://www.jurnal.net/arastirma/arastirma-10.htm**
[191] Sinan Burhan a.g.e

demokrasinin güçlenmesi olarak görenlerden biridir. Güreli'ye göre yerel medya "*yaygın basında sermayenin merkezileşmesiyle zedelenen çok seslilik kazanmanın ümidi*'" dir. Güreli şöyle demektedir;

> "*Yerel basın her türlü düşüncenin açıklanabileceği bir platformdur, demokrasinin tabanda başlamasının ortamıdır. Zaten demokrasinin de birinci basamağı yerel yönetimlerden başlar. İşte bu nedenle yerel basının işleyişi, yerel basınla ilişkisi demokrasi bakımından önem taşır."*[192]

Fevzi Kahraman'ın 'demokrasinin atardamarı' diye nitelediği yerel medya, kendini fark ettiği ve geliştiği müddetçe; demokrasinin, çok sesliliğin, yani yerelliğin, yani İstanbul ve Ankara dışında yaşayan Anadolu'nun da demokrasiye katılmasına büyük katkı sağlayabilir görüşü basın-yayın dünyasının ileri gelenleri arasında ve iletişim bilimciler arasında sıklıkla dile getirilen bir görüştür. Bu görüşe göre siyaset her ne kadar seçimden seçime yerel kamuoyunun farkına varsa da, yerel medya ve yerel kamuoyu, demokrasi adına 'Türkiye Çıkmazı'nın can simitlerinden biri olarak görülmelidir. Kısacası yerel basının önemi, demokrasinin tabana yayılması ve tabandaki demokrasinin yönetim kademelerine ulaşmasını sağlamakta yatmaktadır[193].

Ancak bu görüşe karşı çıkanlar da yok değildir. Mehmet Ali Kılıçbay, medyanın coğrafi olarak iki boyutlu temel bir ayrım içine sokulmuş olduğunu ve elektronik alanda yaşana gelişmelerin bu ayrıma üçüncü bir boyut kattığını kabul eder.

> "*Ülkenin tümünü yayın kapsamına alan medyaya ulusal, bölgesel veya kentsel ölçekte kalanına ise yerel medya denilir. Elektronik alandaki devrim ve arkasından gelen hızlı gelişme ile birlikte buna çok daha geniş kapsamı olan bir üçüncü boyut eklenmiştir*."[194]

---

[192] Fatih Uğur, Zafer Özcan; **Demokrasinin Atar Damarı Yerel Medya** Zaman Gazetesi 27.08.2000 **http://212.154.21.40/2000/08/27/diziler/yerelmedya.htm**
[193] Uğur ve Özcan; a.g.e.
[194] Mehmet Ali Kılıçbay; **Türkiye'de Ulusal Medya Yok**
Zaman Gazetesi 31.01.2002 tarihli yayınından

Kılıçbay'ın karşı çıktığı nokta ise, yerel yayın organlarının çok olmasının demokrasinin bir göstergesi olarak görülmesidir. Kılıçbay'a göre özellikle Türkiye'de algılanışı itibariyle yerel yayıncılık feodalleşme, atomlaşma, bundan da beteri anarşik ve kaotik bir yapılanma habercisidir[195].

2.5.2. Radyo Yayıncılığının Türkiye'deki Tarihi ve Yayıncılık Alanında Düzenlemeler

Türkiye'de ilk düzenli yayın 6 Mayıs 1927'de başladı. 1926'da kurulan TTTAŞ (Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi) PTT'den 5.7 kw gücünde iki verici kiralamış, Ankara ve İstanbul'da iki stüdyo kurmuştur. 1200 metre üzerinden yayın yapan İstanbul radyosunu 1554 metre üzerinden yayın yapan Ankara radyosu takip etmiştir. 1993 yılında bu istasyonlar yetersiz görünmüş ve Marconi firmasına 120 kw gücünde uzun dalga vericisi ile 20 kw gücünde orta dalga vericisi sipariş edilerek bu vericiler ile deneme yayınlarına başlanmıştır. 1938 yılında durdurulan İstanbul radyosu yayınları 150 kw gücündeki orta dalga vericisi ile ancak 1949 yılında yayına başlayabilmiştir.[196]

İstanbul'daki ilk deneme yayınlarından birisinin İstanbul Büyük Postanesi'nin kapısı üzerine yerleştirilen bir vericiden halka müzik dinletilerek yapıldığı, radyo alıcıları yaygın olmadığı için yayını dinlemek isteyenlerin postanenin önüne geldikleri bilinmektedir. Radyo vericileri; İstanbul'da Osmaniye, bugünkü adıyla Hasdal, Ankara'da ise, Babaharman, bugünkü adıyla Telsizler'de bulunmakta; bugün için çok düşük güçte görünen bu vericiler, o günün koşullarında Avrupa'nın en güçlü istasyonları sayılmaktaydı.[197]

---

[195] Kılıçbay a.g.e.
[196] Tekinalp, a.g.e., s.105.
[197] Özden Cankaya, **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003, s.20.

İletişim gereksinimi doğrultusunda 1925 yılında "Telsiz Tesisi Hakkında Kanun" adıyla bir yasa çıkartılmıştır. Bu yasa Ankara'da büyük bir telsiz istasyonu ile memlekette dahili bir telsiz şebekesi tesisini öngörmüştür. O günkü adıyla Posta Telgraf ve Telefon Müdüriyeti Umumiyesi Ankara ve İstanbul'da birer telsiz telgraf istasyonu kurulması amacıyla teknik bir kurul oluşturmuş ve PTT, Milli Müdafaa ve Bahriye Bakanlıkları temsilcilerinden oluşan teknik kurul bir şartname hazırlayarak istasyonların yapımını ihaleye çıkarmıştır. Yapılan pazarlıklar sonucunda ihale Fransız T.S.F şirketine verilmiştir.[198]

Radyo yayınlarının PTT'ye verilmesi ile ilk radyo yayınlarındaki 10 yıllık "özel yayın dönemi" bitmiş, "hükümet dönemi" başlamıştır. Bunun daha açık anlamı, Türk radyo yayıncılığı tarihinde 1964 yılına kadar sürecek olan oldukça uzun bir dönemde, elektronik yayınların yönetimi (radyo yayınları) doğrudan hükümetlere, diğer deyişle siyasal iktidarlara geçmiştir. Radyo yayınları, 1940 yılında bir kanunla, uzun süre yönetimde kalacağı Matbuat Umum Müdürlüğü'ne (sonraki adı ile Basın Yayın Genel Müdürlüğü) bağlanarak, savaş yıllarında hem Türk toplumuna savaş ile ilgili haberlerin doğru ve çabuk olarak verilmesinde hem de dış ülkelerde Türkiye ile ilgili haberlerin verilmesinde önemli görevler yüklenmiştir.[199]

Radyo yayınları, 1964'te çıkarılan 359 sayılı TRT Yasası ile TRT'ye (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) devredilmiştir. 1961 Anayasası'nın 121. maddesine dayandırılan bu değişim, radyo yayınlarının özerk bir kamu kuruluşuna devredilmesi gereğinden kaynaklanmıştır. Türkiye'deki ilk yayıncılık yasası hazırlanmış ve 1 Mayıs 1964 yılında yürürlüğe girmiştir. Yeni yasaya göre, bir kamu tüzel kişiliği olarak düzenlenen TRT, 5 yıllığına atanan ve hiçbir şekilde görevden uzaklaştırılmamasına hükmedilen 9 üyeden oluşan bir Yönetim Kurulu tarafından yönetilecektir.[200] Ancak TRT'nin bu özerk yapısı yasal bir zorunluluk olmasına karşın 1964-1971 yılları arasında uygulamada siyasal iktidarın çeşitli biçimlerdeki baskılarına maruz

[198] Altunbaş, a.g.e., s.25-26.
[199] Aziz, a.g.e., s.213-214.
[200] Tekinalp, a.g.e., s.109.

kalmıştır.[201] Nitekim 1971 muhtırası ile beraber TRT'nin özerk yapısını değiştiren 1568 sayılı yasa hazırlanmıştır. Bu yasa TRT'nin özerkliğini ortadan kaldırmış ve TRT'ye yeni bir sıfat verilmiştir. "Tarafsız" bir kamu kurumu olması amacıyla yapılan düzenleme aslında TRT'nin hükümete bağımlı bir kurum olarak devam etmesini sağlamıştır.[202]

Türkiye'nin radyo televizyon alanındaki bir sonraki düzenlemesi ise, 1984 tarihinde çıkarılan 2954 sayılı yasa ile gelmiştir. Her ne kadar yayın tekelinin TRT'de olduğu yıllar olsa da yasa ile Türkiye'deki bütün radyo ve televizyon yayınları ilk kez bir kanun ile düzenlenmeye çalışılmıştır.[203] Aynı zamanda bu yasa ile birlikte Radyo Televizyon Yüksek Kurulu kurulmuştur. RTYK, özel yayıcılığı değerlendirmekten çok, sürekli olarak hükümet kontrolüne tabi kalmış olan TRT'nin üstünde, devlet otoritesini sağlayan ve yayıncılığın partizan kullanımlarına karşı devlet çıkarını, "milli siyaseti" kollayan denetleyici bir kurul olarak görünmektedir.[204]

Türkiye'de ilk özel radyoların ortaya çıkışı ise, 1990 yılında özel televizyon kanallarının yayına başlamasından sonra olmuştur. Anayasanın 133. maddesine ve ona dayanılarak çıkarılan, yürürlükte olan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası ile ilgili diğer hukuki düzenlemelerin izin vermemesine rağmen başlayan televizyon yayınları, özel radyo yayını girişiminde bulunmak isteyen özel girişimcileri de cesaretlendirmiş ve 1991 yılında ilk özel radyo yayınları başlamıştır.[205] Genç Radyo, Kent FM, Power FM, Energy FM, İstanbul FM, Number One, Radyo Tek, Süper FM, Best FM, Metropol FM ve Show Radyo ilk radyo yayınına başlayan özel radyolardır.[206]

Türkiye'de özel radyo televizyon yayınlarının başlaması ile birlikte mevcut düzenleyici yasa olan 2954 sayılı yasada bazı değişikliklere gidilmiş ancak

---

[201] D.Beybin Kejanlıoğlu ve diğerleri (der.), **Medya Politikaları,** Ankara: İmge Kitabevi, 2001, s.152-153.
[202] Tekinalp a.g.e., s. 112-113.
[203] Kejanlıoğlu, a.g.e., s. 155.
[204] Kejanlıoğlu, a.g.e., s.110.
[205] Aziz, a.g.e., s. 228.
[206] Altunbaş, a.g.e., s. 34.

yeterli olmayınca 1994 yılında 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun çıkarılmıştır. 1994 yılında, radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesini ve bu alanı düzenleyecek Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kurulmasını sağlayan 3984 sayılı kanunla devlet tekeli kaldırılarak, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalga ve diğer yollarla yurt içinde ve dışında yapılan radyo ve televizyon yayınları ile ilgili iletişim alanı genişletilmiş ve kapsamı belirlenmiştir.[207]

Özel radyo kanalları ulusal, bölgesel ve yerel olarak RTÜK'e kayıtlarını yaptırmışlardır. Ancak frekans tahsisi yapılamadığından yayın yaptıkları frekansların sahibi değildirler.[208]

2.5.3. TRT Döneminde Yerel Yayın Örnekleri ve TRT Bölge Radyoları

Türkiye'nin kamu yayıncılığı yapmakla görevlendirilen tek yayın kuruluşu olan TRT, kurulduğu yıllardan itibaren gelişen alt yapısı ile birlikte Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının ana yapı taşı olmuştur. Çeşitli dönemlerde yapılan kanuni düzenlemeler ile birlikte son şeklini alan TRT'de örgütsel yapı itibariyle ulusal, bölgesel ve yerel kanalları görmek mümkündür. TRT'nin Radyo-1, TRT-FM, Radyo-3 ve Radyo-4 kanallarının yanında bölgesel ve yerel nitelikteki radyoları şu şekildedir.[209]

- Antalya Radyosu Bölgesel Programı
- Çukurova Radyosu Bölgesel Programı
- Erzurum Radyosu Bölgesel Programı
- GAP ve Diyarbakır Radyosu Bölgesel Programı
- Trabzon Bölgesel Programı

Yerel radyolar ise Hatay İl Radyosu ve Turizm Radyosu'dur.

---

[207] bkz **http://www.rtuk.org.tr/rtuk.htm**
[208] Aziz, a.g.e., s. 229.
[209] Aziz a.g.e., s. 221.

Tüm yayınlarında kamu yararı gözeten TRT, yayınlarında toplumu oluşturan her kesimden dinleyicinin gereksinimlerini karşılayan, onların istek ve beğenilerine seslenen yayın yapmak zorundadır.[210]

Bölge radyoları; Türkiye'nin çeşitli sosyo-ekonomik düzeydeki bölgelerine, o yörelerin niteliklerine ve gereksinimlerine uygun olarak yayın yapmak amacıyla kurulmuştur. Türkiye'nin değişik özellikteki bölgelerine tek bir yayın sunmak yeterli gelmemiştir.[211] Sosyo-kültürel ve ekonomik özellikleri birbirinden farklı olan bölgelere farklı yayınların götürülmesi ihtiyacı beraberinde 1959 yılında alınan bir karar ile 27 ilde radyo istasyonlarının kurulması çalışmasını getirmiştir. Ancak 27 Mayıs 1960 devriminden sonra bölge radyoları Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Adana, Gaziantep ve Kars olarak sınırlandırılmıştır. 1960'lı yıllarda bu bölgeler dışında ayrıca sırasıyla Erzurum, Diyarbakır, İskenderun, Van, Mersin ve Trabzon'da da istasyonlar kurularak bölge yayınları genişletilmiştir.[212]

Ancak TRT tarafından bir kamu hizmeti olarak yapılan bölge yayınlarının, ihtiyaçları karşılayacak yapıdan yoksun olduğu görülmektedir. İlk başladığı yıllarda 2.5 saat olan yayın, bölgeye özel programları yapacak programcı olmaması nedeniyle Ankara ve İstanbul gibi merkez radyolarında hazırlanan bant programlar ile paket olarak sürdürülmüştür. *Bölgesel ihtiyaçlara cevap verecek programları yapacak olan yayın elemanları bulunmadığından, programlar, o bölgenin yerel sanatçılarıyla yapılan müzik programlarından, dinleyicinin istediği müzik parçalarının çalındığı istek programlarından ve reklamlarından oluşuyordu.*[213]

Üç büyük radyoda üretilen programların bölge radyolarında yayınlanması gereksinimleri karşılayamamanın ötesinde bölge radyoları, bulundukları kent ile daha yakın ilişki içinde olmalarından dolayı, yayınlarında öncelik o kente

---

[210] Aziz, a.g.e., s.222.
[211] Cankaya, s.114.
[212] Nurşen Arapoğlu, "Yerel Radyo Televizyonlar ve Bir Örnek: İzmit", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1994), s.15-16.
[213] Cankaya, a.g.e., s.115.

özgü olmuştur. Bu durum bölge radyolarının bir anlamda bir il radyosu niteliğine de bürünmesine neden olmuştur.[214] Günümüzde halen 5 bölge radyo istasyonundan yayın yapılmaktadır.

Günümüzdeki uygulamalardan hareketle bölge yayıncılığı konusundaki uygulamaların yetersiz kaldığı dikkat çekmektedir. TRT'nin örgüt içi düzenlemelerinin yetersizliği; personel şişkinliği; teknik, idari ve program personeli arasında eşgüdüm eksikliği; hiyerarşik yapılanma gibi etkenler yayıncılığın gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir. Ayrıca, hiyerarşik yapılanmanın getirdiği merkeziyetçiliğin bir yansıması olarak "paket program" uygulaması, programcılık eğitimi görmemiş elemanların bölge radyolarına yapımcı olarak atanması, ilkel yapım koşulları gibi etkenler, il ve bölge radyolarının gelişmesini engellemiştir.[215]

TRT bölge radyoları, bölgesel olarak 06-18 saatleri arasında 12 saat bölgesel; 18-06 arasında ise Radyo-4 ile ortak yayın yapmaktadır. Bölgesel ve ortak toplam yayın süresi kesintisiz 24 saat, haftalık yayın süresi ise 168 saattir.[216]

TRT'nin bölge yayıncılığının yanında, yayın yaptığı kentin, özellik ve gereksinimlerine uygun olarak, eğitici, eğlendirici ve aydınlatıcı yayın yapmayı amaç edinen il radyoları bulunmaktadır.[217] Ancak TRT, yerel radyoculuğa geç başladığı için ve teknik olanaksızlıklar nedeniyle gerçek anlamda bir yerel radyoculuk gerçekleştirilmemiştir.[218] Yerel radyoculuk bağlamında TRT'nin iki radyosunu görmek mümkündür. Bu radyolar Hatay iline özgü içeriğe sahip Hatay Radyosu ile Türkiye'nin turistik bölgelerinde yayın yapan Turizm radyolarıdır.[219]

---

[214] Aziz, a.g.e., s.225.
[215] Alankuş a.g.e., s. 150.
[216] Aziz a.g.e., s.224.
[217] Cankaya, a.g.e., s. 115.
[218] Aziz, a.g.e., s.225.
[219] Aziz, a.g.e., s.226.

TRT 1997 genel yayın planında yer alan *"…..özellikle yörede gelişen olaylar ile ilgili bilgiler aktarmak, haber vermek, bu yolla bölgede gerekli sosyal, kültürel ve psikolojik ortamın oluşturulmasına; milli kültürümüze ve Atatürk ilkelerine bağlılığın güçlenmesine…."*[220] ifadelerinden de anlaşıldığı gibi Hatay il radyosunun yayın yapma amacı, bölgenin jeopolitik önemi nedeniyledir. TRT Hatay FM yayınları çoğunlukla canlı olarak gerçekleştirilmekte, yayınlar müzik ağırlıklı olmak üzere eğitim, kültür, drama, eğlence ve spor programları ile haber ve reklamlardan oluşmaktadır. Bu radyo, yerel ağırlıklı olmak üzere her saat başı haberlere yer vermekte, gerekli görüldüğü zamanlarda Radyo-1 yayınına bağlanmaktadır.[221]

Sonuç olarak, TRT kurumunun merkeziyetçi yönetim yapısı ve yayın anlayışı yerel ve bölgesel bazda yayınların gelişmesini engellemiştir. Gerek içerik gerek personel eksikliği ve özellikle bölge radyolarında sürdürülen bant yayın anlayışı, yayınların bölge halkı ile özdeşleşmesini engellemiştir. Bu eksiklik 1990 yılında başlayan özel televizyon ve radyo yayın kuruluşları furyasıyla giderilmeye çalışılsa da farklı ve karmaşık bir hal almıştır.

2.5.4. Türkiye'de Tecimsel Radyoların Doğusu ve Yerel Radyolar

1980'li yıllarda neoliberal politikaların etkisi ile sarsılan kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı, karşısında özel şirketler tarafından finanse edilen ticari yayın kuruluşlarını bulmuştur. Mutlu, ortaya çıkan yeni yapılanmanın nedenini, serbest piyasa ideolojisinin gerek global, gerekse ulusal düzeyde zihni ve hukuki hakimiyeti olarak görmektedir.[222] Yeni piyasa koşullarına ayak uydurmaya çalışan ulus-devlet yapıları, medyanın globalleşmesine neden

[220] Özden Cankaya, **Dünden Bugüne Radyo Televizyon; Türkiye'de Radyo Televizyonun Gelişim Süreci**, İstanbul: Beta Yayım Dağıtım A.Ş., 1997, s.108.
[221] Cankaya a.g.e., s. 108.
[222] Mutlu, a.g.e., s. 55.

olan teknolojik gelişmelerin mantıksal ve kaçınılmaz sonucu olarak takdim edilen *"özel şirketlere yeni alanların açılması ve kamusal iletişimin şirketlerin eline geçmesi*" sürecini de kabullenmektedir.[223] Şüphesiz bu yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte üretim kolları arasındaki ilişkinin arttığı da bir gerçektir. Mal, hizmet, analog, dijital, kamusal, özel ayırımlarının ortadan kalkması, görsel-işitsel iletişim endüstrilerinin teknolojiye bağlı olarak yakınsaması, bu alanda faaliyet gösteren aktörlerin daha fazla büyümesine ve güç kazanmasına neden olmuştur.[224] Ekonomik alanın tüm müdahalelerden bağımsızlığını savunan neo-liberal politikalar, malların, hizmetlerin ve enformasyonun hiçbir kısıtlama olmaksızın dolaşımını yeni iletişim teknolojileri sayesinde gerçekleştirebilirler düşüncesi beraberinde, iletişim sektörünün beklenen işlevleri yerine getirebilmesi açısından iletişim alanında özelleştirme ve deregülasyonu da getirmiştir.[225]

Avrupa ve Avrupa'da sürdürülen iletişim politikalarının etkisi altında kalan diğer toplumlardaki *"içinde yer aldığı ulusun bütün ortak çıkar ve zevklerine seslenebilmek kadar, küçük ve büyük gruplara, çoğunluklara ve azınlıklara da aynı anda hizmet edebilmek iddiasını taşıyan"*[226] kamu hizmeti yayıncılığı, bu gelişmelerin temellerinin atıldığı 1970'li yıllar itibariyle yeni bir seyir izlemeye başlamıştır. Sonuçta devlet eliyle düzenlenen iletişim araçlarının ideolojik yanlılığına gösterilen tepki, özellikle kitle iletişim araçlarının, reklamın kamuya ulaşmasındaki en etkili yol olduğu gerçeği ile birleşmiş; farklı tüketici gruplarına ulaşmak isteyen üreticinin, kitle iletişim araçlarını kontrol etme arzusu ile yayıncılık alanında yeni açılımlar baş göstermiştir.[227]

Dünyanın gelişmiş kapitalist ülkeleri, değişik dinamiklerin etkisiyle, neo-liberal politikaların ideolojik, siyasal ve ekonomik formülasyonları ile yeni bir dünya düzeni kurma çabası içine girerken özellikle 1981 yılından itibaren

---

[223] akt. Mutlu, a.g.e., s.56.
[224] Uluç, a.g.e., s. 269.
[225] Gül Karagöz Kızılca, "Türkiye'de İnternet Kullanımı ve Gazeteciler: Küreselleşmenin Özgürlükler Üstündeki Yerel Etkileri", **Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi**, Sayı 13 Bahar, Ankara, 2002, s.132.
[226] Alankuş, a.g.e., s.61.
[227] Alankuş, a.g.e., s. 61-63.

Türkiye'de de iletişim alt yapısına yapılan yatırımların bu yeni koşullar çerçevesinde arttığı görülmektedir. DPT'nin verilerine göre, 1980'de yüzde 14.2 olan kamuya ait iletişim alt yapı harcamaları, özel yayıncılığın hız kazandığı yıllar olan 1990'lı yıllarda 21.1 olarak tespit edilmiştir. Aynı şekilde özel sektör yatırımları da bu verilere oranla artmıştır.[228]

Özel sektörün önünü açan gelişmelerin yaşandığı 1980'li yıllarda Avrupa'da olduğu gibi Türkiye'de de radyo-televizyon yayıncılığı için çeşitli girişimler olmuştur. 1985 yılında özel radyo kurma teşebbüsü olarak TRT'ye 106 başvuru yapıldığı, dönemin genel müdürünce açıklanmıştır.[229]

Küreselleşmenin etkilerinin iyice hissedildiği yıllar olan 1990'lı yıllarda Türkiye, özel radyo ve televizyonlar yayınları ile tanışmıştır. Özellikle radyo kuruluş maliyetlerinin televizyona nispeten düşük olması nedeniyle yerel ve ulusal ölçekte birçok radyo kuruluşu yayına geçmiştir.[230]

Gelinen noktada, radyo yayıncılığının uzun yıllar devlet tekelinde devam eden gelişiminin 1990'lı yıllar itibariyle farklı bir düzleme oturduğu söylenebilir. 1990'lı yılların başında, Türkiye'de 1982 Anayasası, 2813 sayılı Telsiz Yasası ile birlikte 2954 sayılı TRT yasasının yürürlükte olduğu ve devlet tekelinin devam ettiği görülmektedir. TRT dışında, Polis Radyosu, Meteoroloji Radyosu, Bakanlık ve KİT radyoları ile Üniversite Radyoları da yayın yapan diğer radyolardır.[231] Ancak bu dönemde gazete ve televizyon sahipleri tarafından kurulan özel radyolar da yayınlarına başlamıştır. Doğan Grubunun radyosu Radyo D, Erol Aksoy'un Show Radyosu, Uzan Grubunun Kral FM ve Süper FM adlı radyoları bu radyolara örnektir. Yine aynı dönemde cemaat radyolarının da yayınlara başladığı görülmektedir. Fettullah Gülen tarafından finanse edilen Burç FM ya da Haydar Baş'ın Radyo Mesaj'ı dini içerikli yayınlar gerçekleştirmektedir. Belirli bir siyasi görüşü destekleyen ve bazı partilerin reklamlarını yapmak amacını güden, siyasi partiler tarafından

[228] Kızılca, a.g.e., s.133.
[229] Altuntaş, a.g.e., s.34.
[230] Altuntaş, a.g.e., s.35.
[231] Cankaya, a.g.e., s. 257-258.

finanse edilen bir takım radyolar da 1990'lı yılların başında yayına geçmişlerdir.[232]

Özel radyolara sıklıkla, içeriklerinde yer verdikleri belirli bir program dahilinde kamusal amaç gütmeden popülist bir anlayışla, sadece içi boş eğlenceye yönelik programlar nedeniyle eleştiri getirilmektedir. Özellikle televizyon ve gazeteleri tekellerine alan büyük medya patronlarının kendi radyo istasyonlarını kurarak reklam pastasını alternatif radyolara kapatması radyoculukta çok sesliliği öldürmektedir.[233]

Büyük sermaye kuruluşları tarafından finanse edilen ulusal yayınların dışında, yerel yayınların da bu yıllarda Türkiye'de yayıldığı bilinmektedir. Yerel bağlamda radyo yayıncılığının öncelikle belediyeler tarafından gerçekleştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Yerel ortak gereksinimlerin bölgeden bölgeye farklı olduğu ve belediyelerin bu gereksinimleri karşılamakla sorumlu olduğundan hareketle, yerel yönetimler yönettikleri bölgede radyo ve televizyon yayıncılığına başlamışlarıdır.[234] Türkiye'de demokratik, çoğulcu bir toplum, katılım, haberleşme özgürlüğü, ifade özgürlüğü, radyo-televizyondaki varolan tekelin bertaraf edilmesi yerel yönetimlerin radyo-televizyon yayınlarına başlaması ile bertaraf edilebilecektir.[235] Her ne kadar yerel yönetimlerin radyo ve televizyon yayını yapmaları daha sonra yasaklanmışsa da, yerel yayıncılık bağlamında ilk örneklerin yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen radyo yayınları olduğunu görmekteyiz.

Bugün yerel ölçekte radyo yayını yapan kuruluşların sayısı RTÜK kayıtlarına göre 1052'dir. Ancak bu sayı kağıt üzerindedir ve özellikle yerel radyoların frekans tutmak amacıyla RTÜK'e başvuruda bulundukları ya da çeşitli nedenlerle yayınlarını sürdüremedikleri bilinmektedir.[236] Yerel radyo

---

[232] Tekinalp, a.g.e., s. 124.
[233] Tekinalp, a.g.e., s.124.
[234] Ali Tartanoğlu (der.), **Yerel Yönetimler ve Radyo Yayıncılığı,** Ankara: Belya A.Ş., 1993, s.3-7.
[235] İBRT Danışma Komitesi Belgesi, No:8(Çoğaltma), İstanbul, 1989, s.8.
[236] Aziz, a.g.e., s. 230.

istasyonlarında reklam üzerine bir araştırma gerçekleştiren Altunbaş, araştırmasında örneklem olarak seçtiği 105 radyo istasyonuna posta ile yaptığı anket çalışmasında bu radyo istasyonlarından %34,5'inin yayın yapmadığını ya da adreslerinin RTÜK tarafından ilan edilen adresler olmadığını saptamıştır.[237] RTÜK tarafından yayın yaptığı ilan edilen radyo sayısı ile yine RTÜK tarafından reklam gelirlerinin izlendiği Yayıncı Kuruluşlar Beyanname İzleme Listesi'ndeki 2002 yılı itibariyle 9 il eksiğine rağmen çıkan toplam 544 rakamı, aslında Türkiye genelinde kaç yerel radyonun yayın yaptığı konusunda kesin bir ifade belirtilmesine engel oluşturmaktadır.

Aziz, özelikle 1991 yılında mantar gibi bitten özel radyoların her ilde, ilçede yayına başladığını ancak bu yayınların amatör bir düzeyde kaldığını belirtmiştir. Bu yayınları başlatanlar ve yayınları sürdürenler, her hangi bir deneyimi olmayan, bu işi hobi düzeyinde yapmaya çalışan kişilerdir. Ancak bu durum beraberinde radyo yayıncılığının sağlam bir temel ya da birikimden yoksun olmasına neden olmuştur. Özel radyo kanalları yayın alanları ne olursa olsun, söz ve müzik ağırlıklı olarak iki ayrı formatta yayın yapmaktadır. Ancak özel radyo kanallarının haber radyoları haricinde tamamı müzik ağırlıklı radyolardır ve haber radyolarının oranı %1-2'yi geçmemektedir.[238] Bu duruma getirilen eleştirilerden biri de şöyledir: "*Uzun yıllar bütün dünyada ve Türkiye'de en hızlı ve güvenilir haber kaynağı olan radyo bu özelliğini kaybetmektedir.*"[239]

Radyo deneyimi iki anlamda televizyondan farklıdır. Televizyon üretiminde maliyetin yüksekliği, şirketleri uluslararası yapımlara zorlamakta ve bu yolla maliyetler düşürülmektedir. Ancak radyonun düşük orandaki maliyeti yerli üretimin yanındadır. Her ne kadar küresel medya endüstrisi içerisinde teknolojik gelişmeler radyonun küresel alımlanmasında bir faktör olarak belirse de, üretim koşulları, yerel reklam gelirleri ve dinleyici ile olan ilişkiler çerçevesinde radyo yerel bir iletişim aracı olarak

---

[237] Altuntaş, a.g.e., s.181.
[238] Aziz, a.g.e., s.231.
[239] Alankuş, a.g.e., s.86.

değerlendirilmektedir.[240] Ancak Türkiye'de radyo yayıncılığı alanında yaşanan hızlı gelişmeler, iş gücünün niteliğinin düşük olmasına da bağlı olarak nitelikli yayın yerine ucuza kaçan, herhangi bir bilgi ve eğitim gerektirmeyen ve müziklerin arka arkaya çalınması ve aralarda istek parçaları ve boş sözcükler ile dolduran bir içerik ile radyoları karşımıza çıkarmaktadır.[241]

Altunbaş'ın araştırmasından hareket ettiğimizde karşımıza çıkan tablonun pek de iç açıcı olmadığı görülmektedir. Bir radyo sahibinin hem genel müdür hem de reklam ve halkla ilişkiler sorumluluğunu yürüttüğü ve yine bir program müdürünün hem müzik sorumluluğunu hem de prodüksiyon sorumluluğunu yürüttüğü yerel radyolar söz konusudur. Yerel radyo istasyonlarının yayın içerikleri açısından %94.4'ü müzik ağırlıklı yayın gerçekleştirirken, sadece %5.6'sı haber ağırlıklı yayın gerçekleştirmektedir.[242]

Sonuç olarak yerel medyanın, savunulduğu gibi yerel kültürlere ve yerel haberlere ağırlık veren ve bunu da küresel olandan koparmadan yapabildiği ölçüde, günümüz insanın beklentilerine cevap olabilme ayrıcalığına sahip yegane araç olma[243] özelliğini sürdüremediği gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Mutlu, "*Kanalizasyon borusunun patlaması ve o kanalizasyon borusu patladığı için orada yaşayan beş tane çocuğun hastalanması, böyle bir tehlikenin yaygınlaşmaya başlama ihtimalinin olması ve bu konuda belediyenin uyarılması, insanların harekete geçmesi, o semtte yaşayan adamın hayatının birinci gündemi olması gerekiyor*" diyerek yerel radyoların bu bilinç içerisinde yayın yapması gerektiğini belirtmektedir.[244] Programlarda yerelliğin esas olması, program içeriklerinin o yörede bulunan izleyici kitlesinin gereksinimlerini karşılayacak nitelikte olması beklenmektedir.[245]

---

[240] Timisi, a.g.e., s.75.
[241] Aziz, a.g.e., s. 233.
[242] Altuntaş, a.g.e., s. 182-183.
[243] Eryılmaz a.g.e., s.103.
[244] Mutlu, "Yerel Basın ve Demokrasi", **http://byegm.gov.tr**
[245] Aziz, a.g.e., s.79-80.

1990'lı yılların etkisi ile tecimsel bir çizgide hareket eden yerel radyo yayınlarının, alternatif bir medya olma özelliğini taşıyabilmesi yanında, yerel olarak alternatif bir söylem oluşturabilmesi, alternatif kurumsal örgütlenmeler içine girmesiyle mümkündür. İnal varolan, egemen ulusal medyanın, yine varolan egemenlik ilişkilerini pekiştiriri biçimde örgütlenişine dikkat çekmektedir. Egemen medya varolan iktidar ilişkileri içinde güçsüz olan, baskılanmış olan kişi ve grupların konumlarını değiştirmek yerine pekiştirmekte, egemen medya, en önemli sorunlar olarak bizlere iktidar sahibi kişilerin "önemli" olarak sunduğu şeyleri vermektedir. İşte bu noktada İnal'a göre yerel medya örgütlenmeleri bu düşünce içinde olmayarak işe başlamalıdır. Yani ulusal medyanın küçük ölçekte bir kopyası, bir tekrar olmamalıdır[246] Ancak ne yazık ki yerel kaynaklı medya, İstanbul kaynaklı medyanın (ki diğer bir ifadeyle ulusal ölçekte yayın yapan kuruluşların) dayatması nedeniyle ne söylemi itibariyle ne de örgütlenişi itibariyle alternatif medya olabilme özelliğini taşıyabilmektedir.[247]

2.6. Kocaeli'nde Yerel Radyoların Kısa Tarihi

Radyoların yayıldığı 1990'lı yıllarda Kocaeli'nde de radyo yayınlarının başladığı görülmektedir. Kocaeli'nde basın işletmelerinin köklü olduğu görülmektedir. Yerel basın geleneğinin eski, köklü ve güçlü olduğu kabul edilen Kocaeli'nde 7 tane yerel gazete, 3 tane yerel televizyon ve 26 tane radyo bulunmaktadır.

Kocaeli'nde şu anda yayın yapan gazeteler: Bizim Kocaeli, Özgür Kocaeli, Kocaeli Gazetesi, Yeni Gebze, Demokrat Gebze, Gölcük Gazetesi, Gebze Gazeteleridir. Kocaeli'nde yayın yapan yerel televizyonlar ise, şunlardır: Kocaeli TV, TV 41 ve Selam TV.

Frekans tahsisi için RTÜK 'e resmi başvuruda bulunmuş olan radyolardan 22 tanesi 3984 sayılı kanun ilgili maddesi gereğince yerel ölçekte yayın

---

[246] Ayşe İnal "Yerel Medya İçin Alternatif Arayışlar" **http://www.bianet.org/index_root.htm**
[247] Oya Tokgöz "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi", **İletişim Dergisi**, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, Sayı:9, Bahar, 2001 s.31.

gerçekleştirirken, 4 tanesi bölgesel ölçekte yayın yapmaktadır.[248] Yerel yayın yapma amacıyla kurulmuş olan radyo kuruluşlarının isimleri şöyledir: Avrupa Türk, Anadolu FM, Radyo Şirin, Genç Radyo, Radyo Gül, Radyo Umut , Radyo Mavi, Kandıra Batı FM, Radyo Raks, Kocaeli FM, Marmara FM, Radyo Galaksi, Mega FM, Radyo KYÖD, Radyo Nikomedya, Tempo FM, Radyo Karamürsel, Bizim Radyo 102.0 FM, Süper 41, Radyo Gold, İzmit FM, Kocaeli Radyo Tutku.

Bölgesel olarak ise 4 adet radyo istasyonu RTÜK'e lisans başvurusunda bulunmuştur. Bu radyolar; Mesaj FM, Yavuz Radyo, Piramit FM ve Radyo Şahin'dir.

Kocaeli bölgesinde yerel radyo ve televizyonlar üzerine yapılan bir araştırma, yayınların %70'inin müzikten oluştuğunu ortaya koymuştur.[249] Bu araştırma, Kocaeli'nde gerçekleştirilen yerel yayınların kendi alanları içersinde, kendine özgü bir kültür yaratıp yaratmadığı sorusundan hareketle şu cevabı bulmaktadır: "*İzmit örneğine baktığımız zaman, ulusal yayınlardan farklı bir üslup yakaladığımızı söyleyemeyiz. Genellikle kendi müzik zevkine uygun olan radyoları dinleyen izleyici, yayınlara telefon ile katılmaktadır. İlk kez kendilerine mikrofon uzatılan, seslerini duyurabilen kıyıda köşede kalmış insanlar, söylemek istediklerini söyleme fırsatı yakalamıştır.*[250] Elbetteki bu durumun birden fazla nedeni bulunmaktadır. Ancak Kocaeli bölgesinde yayın yapan yerel televizyonlar üzerine yapılan bir araştırma da önemli bir soruna işaret etmektedir: "…*ancak bu noktada unutulmaması gereken önemli bir konu vardır ki, bu da yerel televizyon çalışanlarının sahip oldukları nitelikler bakımından sektörün eğitimli ve profesyonel kesiminden değil, şu anda hizmet verdikleri halkın içinden geldikleridir. Şunu da belirtmekte yarar var ki, halkın içinden gelmeleri nedeniyle yalnızca halkın beklentilerini karşılayacak kadar yayın yapıyorlar, dolayısıyla da halka düzeyli ve kaliteli bir yayıncılık anlayışıyla hizmet etmiyorlar*"[251]

---

[248] Bu bilgiler **http://www.rtuk.gov.tr/bolgelrd.asp** ve **http://www.rtuk.gov.tr/yerelrd.asp** adreslerinde yer alan bilgilerden derlenmiştir.
[249] Arapoğlu, a.g.e., s.71.
[250] Arapoğlu, a.g.e., s. 71-73.
[251] Ali Murat Varlı "Kocaeli'nde Yerel Televizyonlar, Sorunları ve Çözüm Önerileri", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003), s.82.

Bu çalışma açısından bakıldığında, yerel radyoculuğun ilk çıkış noktası olan demokrasi ve çok seslilikten oldukça uzak, tecimsel kaygılarla gerçekleştirildiği düşünülmektedir. Bölgemizde yayınların başladığı zamanlarda yapılmış ve bu yayınların toplum tarafından kanıksandığı iki ayrı zamana ait araştırmalar incelendiğinde, çalışmamız ile ortak kanaatlerin olduğu görülmektedir. Biz de çalışmamızın bir sonraki bölümünde yerel ölçekte yayın yapan bir radyonun içeriğini ele alarak, daha önce ileri sürdüğümüz ve diğer araştırmalar ile örtüşen varsayımlarımızın doğruluğunu sınayacağız.

III.BÖLÜM

YEREL RADYOLARDA İÇERİK OLUŞTURMA SÜRECİNDE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ: RADYO KYÖD

3.1. Radyo KYÖD'ün Genel Özellikleri

Radyo KYÖD (Kocaeli Yayıncılık Özgün Dağıtım A.Ş.); Haziran 1995'de Kocaeli genelinde 97.5 frekansından yayına başlamıştır. Kocaeli Yüksek Öğrenim Derneği'ne bağlı bir kuruluş olarak yayın hayatına geçen Radyo KYÖD; çağdaş, demokratik, laik bir yayın çizgisi ile çağdaş yayıncılığın sorumluluğunu en iyi şekilde yerine getirme iddiası içindedir. Vizyonlarını dinleyicilerin yaşam kalitelerini geliştirme olarak belirleyen Radyo KYÖD, yapılan bir araştırmaya göre bölge içindeki yerel radyolar arasında %15'lik bir dinleyici oranına sahiptir[252]. Yayınlarda eğitim ve gelir seviyesi yüksek 30 yaş ve üstü dinleyici hedef kitle konumundadır.

3.1.1. Radyo KYÖD'ün İdari Yapısı

Bir dernek radyosu olarak faaliyette olan Radyo KYÖD'ün idari yapılanması da derneğe bağlı olarak şekillenmektedir. Ancak bir basın

---

[252] **http://www.radyokyod.com.tr/contents.php?cid=73**

işletmesi olarak bakıldığında idari şemanın eksik olduğu görülebilir. Radyo KYÖD'ün yönetim kurulu başkanı ve başkan yardımcısı aynı zamanda Kocaeli Yüksek Öğrenim Derneği yönetim kurulu başkanlığı ve başkan yardımcılığını yürütmektedir. Ayrıca Radyo KYÖD'ün idari yapılanmasında genel müdür, genel yayın yönetmeni, reklam müdürü ve muhasebe müdürü bulunmaktadır. Haber Dairesi ve Teknik Bölüm bulunmadığı için yönetimde bu kadrolara yer ayrılmamıştır. Radyo KYÖD halen yönetim kadrosu dahil 15 çalışanı ile 7 gün 24 saat kesintisiz yayın gerçekleştirmektedir.

3.1.2. Radyo KYÖD'ün Teknik Alt Yapısı

Radyo KYÖD bir prodüksiyon stüdyosu ve bir program stüdyosundan oluşan iki stüdyosu ile yayınlarını sürdürmektedir. 1995 yılında kurulan stüdyolardan gerçekleştirilen yayınlar, radyo-link yardımıyla Kocaeli ili Gölcük ilçesinde yer alan Gözlementepe'de mevcut anten direğine iletilmekte ve buradan 2 KW'lık bir verici ile Kocaeli bölgesine verilmektedir. Yayınlar bilgisayar üzerinden otomasyon programları aracılığı ile sürdürülmektedir. Yayın formatı olarak MP3 sıkıştırma formatı seçilmiş ve müzik ve prodüksiyon arşivi bu format üzerine kurulmuştur. Yönetimden edinilen bilgiler ışığında, stüdyoların kuruldukları 1995 yılından itibaren teknolojik olarak güncellenmediği, sadece acil yatırımların gerçekleştirildiği söylenebilir. Radyo, teknik bakım desteğini dışarıdan kiralama yöntemi ile sağlamaktadır. Bu durum, acil arızalarda yayınların aksamasına neden olmaktadır.

3.1.3. Radyo KYÖD Yayın Akışı

Radyo KYÖD hafta içi 09:00/18:00, hafta sonu ise 13:00/21:00 saatleri arasında programlı yayın gerçekleştirmektedir. Radyo KYÖD'ün yayın dönemleri üç aylık süreler olarak belirlenmiştir. Bu yayın dönemleri sonbahar, kış, ilkbahar ve yaz olarak tanımlanmaktadır. Yayın dönemlerinde yer alan programların tamamı canlı olarak dinleyici ile buluşurken, program içeriklerinde ağırlıklı olarak güncel ve magazinel haberlere yer verilmekte,

dinleyici ile yapılan telefon bağlantıları ya da SMS yöntemi ile dinleyici isteklerine yer verilmektedir. Ayrıca bazı programlarda, toplumu ilgilendiren konularda söyleşiler yer almaktadır.

3.2. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Bu çalışmada ileri sürülen varsayımların doğruluğunun sınanması amacıyla iki araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemlerden biri 1. Bölümde de açıklandığı üzere içerik analizi yöntemi, diğeri ise görüşme yöntemidir. Kullanılan yöntemler ile yerel bir yayın kuruluşu olan Radyo KYÖD'ün yöneticilerinin yerel radyo yayıncılığına bakış açıları ve uygulamanın durumu analiz edilmeye çalışılmıştır.

3.2.1 Radyo KYÖD'ün İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

Radyo KYÖD'ün yayın dönemleri üç aylık süreler olarak belirlenmiştir. Bu yayın dönemleri sonbahar, kış, ilkbahar ve yaz olarak tanımlanmaktadır. Belirlenen kriterler eşliğinde Radyo KYÖD'ün kış yayın dönemini oluşturan Ocak-Şubat-Mart 2005 dönemine ait yayın akışı, içerik analizine tabii tutulmuştur.

Toplam 10 program ile yapılan bu yayınların dışında kalan bölümde, yayın dönemlerine göre hazırlanan ve bu yayın dönemleri içerisinde güncellenen 3 müzik listesi ile bilgisayardan otomasyon müzik verilmektedir. Radyo KYÖD'ün içerik analizi yöntemiyle yapılan incelemesinde örneklem olarak belirlenen yayın döneminde yer alan programların yayın günleri ve tanımlamaları ise şöyledir;

Program Adı	Yayın Saati	Program İçeriği
Güncel	Hafta içi 09:00/11:00	Haber Programı
Adrenalin	Perşembe 11:00/12:00	Aktüel
Alo İsteğim Geldi	Hafta içi 12:00/14:00	Müzik-Eğlence
Manzaralar	Hafta içi 14:00/16:00	Aktüel
Banu'nun Oltası	Hafta içi 16:00/18:00	Müzik –Eğlence
Numan GÜlşah İle İzmit'in Tarihi	Hafta sonu 13:00/14:00	Aktüel
TOP 20	Hafta sonu 15:00/17:00	Müzik-Eğlence
Bir Zamanlar	Hafta sonu 17:00/18:00	Müzik-Eğlence
Mavinin Yankısı	Hafta sonu 18:00/19:00	Müzik-Eğlence
Zoom	Hafta sonu 20:00/21:00	Müzik-Eğlence

Tablo 2: Radyo KYÖD Program Akışı

Yukarıdaki tabloda yayın günleri ve tanımları belirtilen programların içerikleri ise şöyledir:

Güncel: Radyo KYÖD'de hafta içi sabah 09:00/11:00 saatleri arasında yayınlanan programda, Kocaeli'nde dağıtımı yaygın olarak gerçekleştirilen 3 yerel gazete ile 4 ulusal gazeteden haber başlıkları okunmakta, çeşitli kurum ve kuruluşlardan iletilen basın bültenleri haber şeklinde dinleyiciye ulaştırılmaktadır. Ayrıca internette yayınlanan haber portallarında verilen önemli gelişmeler de program akışı içinde yer almaktadır. Güncel programı, Radyo KYÖD'de yayınlanan tek haber programıdır.

Adrenalin: Perşembe günleri 11:00/12:00 saatleri arasında yayınlanan bu program, doğa sporları ile ilgilenenleri hedeflemektedir. Program

süresince çeşitli doğa sporları hakkında temel bilgiler verilmekte, ayrıca bu sporlarda yapılan aktivitelerden oluşan haberler, program içeriğinde yer almaktadır.

Alo İsteğim Geldi: Dinleyicilerin istek şarkılarına yer veren program, hafta içi her gün öğlen kuşağında dinleyici ile buluşmaktadır. Tamamen müzik ağırlıklı olan bu programda dinleyici, SMS ya da e-posta yoluyla istediği şarkıyı program sunucusuna ulaştırmaktadır.

Manzaralar: Hafta içi her gün 14:00/16:00 saatleri arasında yayınlanan bu programda, güncel olaylara değinilmekte, ayrıca çeşitli kültür sanat aktivitelerinden haberler ile kent yaşamını yakından ilgilendiren aktüel konular hakkında stüdyo konuklarına yer verilmektedir.

Banu'nun Oltası: Magazin haberleri ve dinleyici isteklerinin yer aldığı müzik ağırlıklı bu program, hafta içi her gün 16:00/18:00 saatleri arasında yayınlanmaktadır.

Numan Gülşah İle İzmit'in Tarihi: Program yapımcısı ve sunucusu hafta sonları 13:00/14:00 saatleri arasında gerçekleştirdiği programında, Kocaeli'nde yaşanan tarihi olayları dinleyicilere aktarmakta, aynı zamanda hafta içinde Kocaeli'nde siyaset dünyasında yaşanan gelişmelere de değinmektedir. Program içerik olarak belli bir bütünlük taşımamaktadır.

TOP 20: Hafta sonları 15:00/17:00 saatleri arasında canlı olarak gerçekleştirilen bu programda, müzik dünyasından haberlerin yanı sıra müzik listelerinde yer alan şarkılar çalınmaktadır.

Bir Zamanlar: Bu programda geçmiş yıllarda liste başı olmuş ya da üretildiği yıllarda ilgi görmüş olan müzik eserleri çalınmaktadır. Program cumartesi günleri 17:00/18:00 saatleri arasında yapılmaktadır.

Mavinin Yankısı: Program canlı müzik olarak stüdyoda gerçekleştirilmektedir. Program yapımcısı ve sunucusu ile birlikte bir konuk, cumartesi akşamları 18:00/19:00 saatleri arasında Radyo KYÖD stüdyolarında canlı müzik gerçekleştirmektedir.

Zoom: Radyo KYÖD'ün yabancı müzik çalınan bu programında, caz, blues, soul, rock müzik türlerine yer verilmektedir. Program, cumartesi günleri saat 20:00-21:00 arası gerçekleşmektedir.

İlk kategoride belirlenen kriterlere göre yapılan incelemede, yayın akışı içinde yer alan 10 program bu kategori içine dahil edilmiştir. Programlı yayın Pazartesi-Cumartesi arasında gerçekleştirilmektedir. İncelemede program içeriklerinin müzik-magazin ağırlıklı olduğu görülmüştür. Dinleyicilerin dikkati ağrılıklı olarak müziğe kaydırılmakta, program yapımcılarının genel olarak kısa anonslar ile müziğe renk katmaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Program içerikleri göz önüne alındığında, 1 program haber, 3 program aktüel ve 6 program müzik-eğlence programı olarak ayrıştırılabilmektedir. Programların yayın akışı içerisinde birbirlerine oranı şu şekildedir:

Program Türü	Oranı
Haber Programı	%10
Aktüel Program	%30
Müzik Eğlence	%60
Kültür-Sanat	%0
Eğitim- Sağlık	%0

Tablo 3: Program Türlerinin Birbirlerine Oranı

Radyo KYÖD'ün bir haber merkezi bulunmadığı için, gün içinde yayın akışında düzenli haber bültenleri bulunmamaktadır. Haber program olarak yayınlanan tek program ise hafta içi yayınlanan "Güncel" adlı programdır. Bu programın içeriğine bakıldığında Kocaeli'nde yayınlanan üç yerel gazete ile belli bir periyoda bağlı kalmaksızın dönüşümlü olarak okunan 4 ulusal

gazeteye yer verildiği saptanmıştır. Ayrıca Radyo KYÖD'e çeşitli kurum ve kuruluşlardan yollanan basın bültenleri de program içeriğinde yer bulmaktadır. Bu basın bültenleri yerel haberler kategorisinde yer almıştır. Gazetelerin ön sayfa, arka sayfa haberleri ile birlikte, ekonomi sayfaları program içerisinde okunmakta, ayrıca internetteki çeşitli haber portallarından son dakika gelişmeleri dinleyiciye aktarılmaktadır.

Haber programının içinde yer alan haberler yerel-ulusal-dünya haberleri olarak ayrıştırılmıştır. Ulusal ekonomi haberleri, ulusal haberler kategorisine dahil edilirken, mahrecine göre dış kaynaklı ekonomi haberleri, dünya haberleri kategorisine alınmıştır. 3 yerel gazeteden program süresi içinde günde ortalama 24-28 haber yer almaktadır. Kocaeli ile ilgili haberlerin toplam sayısı ise 30-33 arası değişmektedir. Ulusal haberler siyaset, ekonomi ve aktüel olarak değişmekte, 4 ulusal gazeteden günde ortalama 48 ulusal haber dinleyiciye aktarılmaktadır. Ayrıca internet üzerinden verilen haberler ile birlikte bu sayı 55-60 adede çıkmaktadır. Dünya haberleri ise ulusal gazetelerin dış haberler sayfalarından ve ekonomi sayfalarında yer alan dış kaynaklı haberlerden aktarılmakta, ayrıca internet üzerinden de sabah gerçekleşen bir gelişme olduğunda program içinde yer verilmektedir. Dünya haberleri ortalama 8-14 arası değişmektedir. Belirlenen kriterlere göre yapılan 3 aylık inceleme sonucunda oranlar şöyle tespit edilmiştir;

Haber Türü	Adet	Oran
Yerel Haberler	1848	%29.78
Ulusal Haberler	3564	%57.46
Dünya Haberleri	792	%12.76
Toplam	6204	%100

Tablo 4: Haberlerin 3 aylık Dağılımı

Radyo KYÖD'ün ağırlıklı olarak Türkçe Pop müzikten oluşan müzik arşivi, yayın akışında da etkili olarak görülmektedir. Radyo KYÖD yetkililerinden aldığımız bilgiler çerçevesinde radyonun arşivinin %67'sini Türkçe Pop

müzik, %18'ini Türkçe Rock müzik ve %15'ini diğer müzik türleri oluşturmaktadır[253]. Kalıp olarak adlandırılan ve kullanılan otomasyon programlarına uyumlu müzik çalma listeleri (playlist), radyonun yayın politikası gereği üç ana gruba ayrılmaktadır. Yumuşak-Hareketli ve Yavaş olarak adlandırılan bu çalma listeleri 2 saat 10'ar dakikadan oluşmaktadır. Radyo KYÖD'de çalma listelerinin hazırlanması ve arşivin düzenlenmesi ile ilgili bir müzik editörlüğü grubu bulunmamaktadır. Çalma listeleri piyasaya çıkan şarkılar ile güncellenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca pazartesi, çarşamba ve cuma günleri birer saat Türk Sanat Müziği, salı ve perşembe günleri yine birer saat Türk Halk Müziği yayınlanmaktadır. Ancak bu saatlerde yayında olan bir program olmadığı gibi, bu listeler otomasyon programı ile otomatik olarak yayına sürülmektedir. Yapılan analizde, dikkate alınan süre içerisinde, çalma listelerinin ana yapısında bir değişiklik yapılmadığı, süre sabit olmak kaydıyla günlük ekleme ve çıkarmalar yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca programlarda kullanılan ve program yapımcısının isteği ya da dinleyici istekleri doğrultusunda düzenlenebilen 1 adet çalma listesi de yer almaktadır. Çalma listelerinde yer alan şarkılar dönüşümlü olarak tekrarladığı için, müzik türleri ayrıştırılırken, türlerin toplam şarkı süreleri göz önünde tutulmuştur.

Buna göre,

Müzik Türü	**Şarkı Süresi(saat)**	**Oran**
Türkçe Pop	1469,15 saat	**%94.6**
Türk Sanat Müziği	36 saat	**%2.4**
Türk Halk Müziği	24 saat	**%1.5**
Fantezi/Arabesk	-	
Yabancı Müzik	24 saat	**%1.5**
Toplam	**1553,15 saat**	**%100**

Tablo 5: Şarkı Türlerine Ayrılan Süre

[253] Arşivde yer alan müzik eserlerinin IDTAG bilgisinden yararlanılarak çıkarılmıştır.

Radyo KYÖD'ün programlı yayını, hafta içi 09:00/18:00, hafta sonu 13:00/21:00 saatleri olduğundan, geriye kalan yayın saatleri müzik ile doldurulmaktadır. 10 program ile canlı yapılan yayınlarda, maksimum iki dakika konuşma sınırlaması olduğu bildirilmiştir. Ancak Radyo KYÖD'ün tek haber programı olan Güncel, aktüel program Manzaralar ve Numan Gülşah İle İzmit'in Tarihi adlı programlarda stüdyo konuğu olmasına bağlı olarak bu süre 6 ile 10 dakika arasına çıkabilmektedir. Diğer programlarda ise konuşmalar çalınan müzik üzerine kısa kısa gerçekleştirilmektedir. Ortalama süre 50 saniye ile 1 dakika 30 saniye arası değişmektedir. Radyo KYÖD yayın akışında ayrıca her gün sabah saat 07:00'de başlayıp saat 24:00'de biten, saat başı ve buçuklarda yayına sokulan reklam kuşakları bulunmaktadır. 35 adet reklam kuşağında ortalama süre 6 dakika olup, 10-14 adet reklam yayınlanmaktadır. Yayın akışı, 3 aylık analiz sürecinde zamansal olarak oranlandığında şu tablo oluşmaktadır:

Tür	**Zaman**	**Oran**
Söz	292,25 saat	%13,5
Müzik	1553,15 saat	%72
Tanıtım-Reklam	315 saat	%14,5
Toplam	2160 saat	**%100**

Tablo 6: Yayın Akışı İçerisinde Söz Müzik Reklam Dağılımları

3.2.2. Radyo KYÖD Yöneticilerinin Yerel Radyo Yayıncılığına Bakışları ve Radyo KYÖD

Radyo KYÖD yönetim kadrosunu oluşturan Genel Müdür Abdi Kahyaoğlu, Genel Yayın Yönetmeni Yelda Özdeş, Reklam Müdürü Meral Aydın ve Muhasebe Sorumlusu Ayşe Göktaş'ın nicel görüşme tekniği kullanılarak yerel yayıncılık bilinçlerinin ortaya konması ve bu görüşler doğrultusunda yerel radyoculuk ve Radyo KYÖD'e bakış açılarının tespit edilmesi hedeflenmiştir. Ancak kendileri ile kurulan iletişim sonucu iki yönetici ile görüşme gerçekleştirilebilmiş, bir yönetici ise yazılı olarak verdiğimiz

sorularımıza istinaden iş yoğunluğu nedeniyle görüşlerini daha önceden belirttiği yazılı bir metni kaynak olarak vermiştir. Bir yönetici ile görüşme gerçekleştirilememiştir. Görüşme sırasında 5 adet soru sorulmuştur. Bu sorular;

1. Radyo KYÖD'ün yayın politikasındaki temel noktaları anlatır mısınız ?
2. Yerel Radyo yayıncılığı hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Sizce yerel radyo yayınları hangi özellikleri ile ulusal radyolardan ayrılmaktadır?
3. Radyo KYÖD, yayın içeriği ile yerel bir radyo olarak tanımlanabilir mi?
4. Sizce yerel radyo yayıncılığında ana sorunlar nelerdir? Kocaeli özeline baktığımız vakit bu sorunların temel sebepleri olarak neleri görüyorsunuz?
5. Bir radyo yayıncısı olarak kendinizi eleştirmek isterseniz nasıl eleştirirdiniz?

Bu sorular çerçevesinde yapılan görüşme ile Radyo KYÖD yöneticilerinin yerel radyo yayıcılığına yaklaşımları belirlenmeye çalışılmış ayrıca yerel bir radyo yöneticisi olarak yaşadıkları sorunları anlatmaları istenmiştir. Görüşme tekniği kullanılarak elde edilen bulgular genel hatları itibariyle şöyledir;

Radyo KYÖD Genel Müdürü Abdi Kahyaoğlu, görüşme sorularına cevap olarak Şubat 2005'te Kocaeli Yüksek Öğrenim Derneği'nde gerçekleştirilen *Yerel Basın ve Sorunları* konulu forumda yaptığı konuşma metninin yayımlandığı bir dergiyi vermiştir.[254] Abdi Kahyaoğlu, Radyo KYÖD'ün diğer radyolardan farklı bir yayın politikası olduğuna dikkat çekmektedir. Konuşmaya ayrılan sürenin reklam verenler tarafından uzun bulunduğuna dikkat çeken Kahyaoğlu, kendilerine kebapçı dükkanı muamelesi yapan reklam verenleri eleştirmektedir. Mali yapının yayın akışını belirlediğini söyleyen Kahyaoğlu, özellikle haber konusunda zayıf kaldıklarının altını

[254] **Kocaeli Şehir İçi Aylık Haber Dergisi ve Yorum**, Şubat 2005 Sayı:24, Kocaeli, s. 19

çizmektedir. Kahyaoğlu, bir radyo olarak muhabir lüksleri olmadığını, böyle bir çalışma içine girdiklerinde iflas edebileceklerini belirtmiştir. Radyoların bir zamanlar gazetelerin önünde bir haber kaynağı olduğunu, ancak maddi imkansızlıklar nedeniyle tersine döndüğünü belirten Kahyaoğlu, dinleyici ve reklam verenlerden arabesk müzik baskısına maruz kaldıklarını da ifade etmiştir.

Radyonun genel yayın yönetmenliği görevini sürdüren Yelda Özdeş ise yayın içeriğinin ağırlıklı olarak kültür-sanat ve haberden oluştuğunu ifade etmiştir. Radyo KYÖD'ün Kocaeli'nin aydınlık ve çağdaş sesi olduğunu söyleyen Özdeş, yerel radyoların bir kentin en önemli iletişim aracı olduğuna, toplumsal sorunlara sorumluluk bilinci ile yaklaşılması gerektiğine dikkat çekmiştir. Radyo KYÖD'ün, yerel yayıncılık açısından sorumluluğunu yerine getirdiğini iddia eden Özdeş, toplumun ileri gelenlerinin Radyo KYÖD sayesinde dinleyici ile buluştuğunu söylemiştir. Özdeş, yerel radyoların sorunlarına ilişkin verdiği cevapta; niteliksiz eleman, reklam gelirlerindeki düşüş, radyolar arasında işbirliğinin olmaması ve teknik alt yapı eksiklerinin Kocaeli'nde yayın yapan yerel radyolar açısından sorun yaratığını ifade etmiştir. Gelinen noktada radyoların birer müzik kutusu halini aldığına dikkat çeken Özdeş, finansal etkenler nedeniyle sözden çok müziğe ağırlık verildiğini belirtmiştir. Özdeş'e göre dinleyici istekleri, radyoları yönlendirir hale gelmiş ve ticari kaygılar nedeniyle radyolar dinleyici isteklerine boyun eğer duruma gelmiştir.

Muhasebe Müdürü Ayşe Göktaş, Radyo KYÖD'ün Kocaeli'nin en köklü derneği olan Kocaeli Yüksek Öğrenim Derneği'nin bir organı olduğunu ve Radyo KYÖD'de bu bilinçle yayın yapıldığını ifade etmiştir. Yerel yayıncılığı, daha küçük bütçeli ama ulusal yayıncılığa nazaran daha sıcak bir ortam olarak değerlendiren Göktaş, reklam gelirlerinin düşük olduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca reklam verenlerin radyolara bakış açısının da olumsuz olduğunu düşünen Göktaş'a göre Radyo KYÖD, diğer yerel radyolardan, kanunlara saygı, kurum içi eğitim ve yayın akışındaki ciddiyet açısından ayrılmaktadır. Göktaş, yerel radyoların finansal yapısından kaynaklanan

sorunları ise şöyle sıralamaktadır; çalışanlar yaptıkları işin karşılığını alamamakta, teknik alt yapıda sıkıntılar yaşanmakta, dinleyicinin talepleri karşılanamamaktadır.

3.3.Genel Değerlendirme

Radyo KYÖD'ün yönetim kadrosu ile yapılan mülakat ve yayınların içerik analiz yöntemi ile incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular günümüzdeki radyoculuğa bakış açısının bir örneğidir.

İçerik analizi metodu ile yapılan inceleme sonucunda Radyo KYÖD'de, program çeşitliliğinin uygulamaya yansımadığı tespiti yapılabilir. 10 program ile 24 saatlik yayını sürdürmeye çalışan Radyo KYÖD'ün programları incelendiğinde ağırlıklı olarak müzik-eğlence programlarına yer verildiği görülmüştür. Müzik eğlence programlarının tüm programlara oranının tablo 3'te görüldüğü gibi %60 olduğu göz önüne alındığına geriye kalan programlar ile bir kitle iletişim aracından beklenen haber verme, bilgilendirme, eğitme ve kültürel gelişime katkı gibi görevlerin yeterince yerine getirilmediği düşünülmektedir. Kamu hizmeti yayıcılığı açısından düşünüldüğünde bu tür işlevlerin gerçekleştirilmemesi aynı zamanda bir topluluk radyosu konumunda olan Radyo KYÖD için düşündürücüdür.

Bir kitle iletişim aracının temel özelliği haber verme işlevidir. Ancak Radyo KYÖD'de haber programı bağlamında sadece hafta içi 09:00/11:00 saatleri arasında yayınlanan Güncel adlı program ile bu görev yerine getirilmeye çalışılmaktadır. Yayın akışı içerisinde sadece bir program ile haber işlevini yerine getirmek elbetteki olanaksızdır. Gün içinde gelişen olaylar ile ilgili bilgilerin aktarıldığı bültenler Radyo KYÖD'de kurulu bir haber merkezi olmaması nedeniyle gerçekleştirilmemektedir. Bunun yanında mevcut haber programında yer alan haberlerin dağılımı incelendiğinde üç ay boyunca aktarılan yerel haberlerin tüm haberler oranı %29,78'te kalmaktadır ki haberin doğasından kaynaklanan yakınlık ilkesinin dikkate alınmadığı ortaya çıkmaktadır. Radyo yetkilileri ise radyo bünyesinde bir haber merkezi

faaliyetinin ekonomik boyutuna dikkat çekmekte ve finansal yapılarının böyle bir birim kurmaya yeterli olmadığı iddiasını ortaya atmaktadır. Ancak yerel bir bölgede yayın yapan bir radyoyu diğer yayın organlarından ayıran temel özellik yerel haberleri verebilme gücüdür. Bu güç, haber kaynağına ulusal yada uluslar arası medya örgütlenmelerinden daha yakın olmasının tabii bir sonucudur. Ancak Radyo KYÖD örneğinde görüldüğü üzere bu avantaj kullanılmamaktadır.

Radyo KYÖD'ün üç aylık yayın akışı toplam olarak 2160 saattir. Ancak yayın akışı söz-müzik-tanıtım kriterlerine göre incelendiğinde 2160 saatin yalnızca 292,25 saatinin sözlü olduğu görülmektedir. %13.5'e tekabül eden bir oranı arttıran etken ise yayın akışında yer alan haber programı ve aktüel programlardır. Ortalama 2 dakika sınırı olan konuşma sürelerinin müzik-eğlence programlarında reel olarak 30 saniyeye kadar düştüğü görülmektedir. Yayınlarda müziğin ön plana çıkması sonucunu doğuran bu durum, radyonun program içeriği açısından kısırlaşmasına neden olmaktadır. Öyle ki program yapımcıları ağırlıklı olarak şarkı anonsu ve şarkıyı isteyen dinleyicilerin adını zikretmekle sınırlanmaktadır. Reklam ve tanıtım sürelerinin söze ayrılan süreye oranının yüksekliği ise bir başka düşündürücü noktadır. 35 reklam ve tanıtım kuşağının yer aldığı yayın akışı içinde ortalama reklam süresi 6 dakika iken bu süre 10-12 dakikaya kadar da çıkabilmektedir. Tablo 6'daki oranlarda görüldüğü gibi program sunucusunun konuşmasına izin verilen süre maksimum iki dakika ile sınırlı iken reklam kuşaklarının yarım saatte bir tekrarlanması ve reklam sürelerinin 6 dakika ile 10 dakika arasında olması, finanssal kaygıların daha ön plana geçmesi olarak yorumlanabilir.

Radyo KYÖD'de 24 saatlik yayın akışının büyük bir bölümünü müzik oluşturmaktadır. Programlarının sınırlı sayıda ve içerik olarak türdeş olmalarının yanında canlı yayın sürelerinin de kısıtlı olması 24 saatlik döngünün tamamlanabilmesi için müzik unsurunun ağırlık kazanmasına neden olmaktadır. Radyoda yayınlanan müzik eserlerinin tüm yayına oranı

tablo 6'da da belirtildiği gibi %72 ile 1553.25 saati bulmaktadır. İçeriğin büyük bir bölümünün müziğe ayrılması anlamına gelen bu oran, aynı zamanda programların türdeş içerikler taşıdığını göstermektedir. Radyo KYÖD'de yayınlanan müziklerin %94.6'sı Türkçe Pop müziğe ayrılmıştır. 1469,15 saat olan Türkçe Pop müzik yayını, diğer radyolarda da duymaya alıştığımız, güncel ve ulusal müzik listelerinde yer alan şarkılardan oluşmaktadır.

Genel görünüş itibariyle içerik analizi sonucunda elde edilen bulguların Radyo KYÖD'ün bir dernek radyosu olarak literatürde ifade edildiği gibi bir kamu hizmeti yayıncılığı kaygısından uzak olduğu düşünülebilir. Ancak Radyo KYÖD yöneticileri, yapılan görüşmelerde sorulara verdikleri cevaplarda, yayın akışlarının diğer radyolardan farklı olduğunu iddia etmektedirler. Örneğin çağdaş bir bilinç ile hareket ettiklerini dile getiren Genel Yayın Yönetmeni Yelda Özdeş, Radyo KYÖD'ün, Kocaeli bölgesinde dinleyicilerin yaşam kalitesinin gelişmesinde diğer radyolardan daha fazla katkı sağladığını, program içeriklerinin ana tema olarak kültür-sanat haberlerinden oluştuğunu iddia etmektedir. Ancak bir başka sorumuza verdiği cevapta, reklam payının düşük olduğundan ve reklam verenlerin daha fazla müzik daha az konuşma istediklerinden şikayet eden Özdeş, ticari kaygılar nedeniyle reklam verenin ve dinleyici isteklerinin yayın akışında belirleyici bir etken olduğunu söylemektedir.

Radyo KYÖD Genel Müdürü Abdi Kahyaoğlu içerik oluşturma sürecinde aynı etkenin varlığına dikkat çekmektedir. Radyoların yayınlarını sürdürebilmeleri amacıyla finansal kaynağa ihtiyaç olduğunun altını çizen Kahyaoğlu, içerikte daha fazla haber istediklerini ama habere dönük bir çalışmanın mali yükünü kaldıramayacaklarını söylemektedir. Küçük bir reklam pastasının paylaşılmaya çalışıldığı böyle bir ortamda reklam verenin ve dinleyicinin memnuniyeti yayın akışında belirleyici bir etken olarak görülmektedir.

Yöneticilerin bu görüşlerinden hareketle içerik analizi sonuçları incelendiği takdirde, söylem ile uygulama arasındaki farkın belirgin olduğu

görülmektedir. Yayın akışında yer alan programlar, müzik-eğlence içerikleri ile radyo dinleyicisini elde tutmaya çalışırken, Genel Yayın Yönetmeni Yelda Özdeş'in de belirttiği üzere yerel bir kitle iletişim aracı olarak kentin en önemli iletişim aracı olma misyonundan uzak bir tablo çizmektedir. Sorularımızı yanıtlayan üç yönetici de yerel bir yayın aracının kamunun sesi, gözü kulağı olması gerektiği görüşünde birleşmekte ancak bölgeye ait sorunların ele alınması, kamu oyu yaratılması, bölge insanının eğitilmesi, bilinçlendirilmesi yönünde yönettikleri radyonun aktif bir rol üstlenmesini sağlayacak yayın politikaları oluşturamamaktadır. Bir kitle iletişim aracı için olmazsa olmazlardan olan haber birimi, finansal yetersizlikler gerekçe gösterilerek oluşturulamamakta ve yerel yayıncılığın bize göre en güçlü olduğu taraf olan habercilik görevi gerçekleştirilmemektedir.

Genel Yayın Yönetmeni Yelda Özdeş, bir zamanlar radyoların dinleyiciyi yönlendirirken şimdi dinleyici isteklerinin radyoları yönlendirdiğini, radyoların altın yumurtayı aradığını ifade etmektedir. Özdeş'e göre sorun yerleşik sistemin bir nevi tavuk-yumurta hikayesine neden olmasıdır. Sonuç olarak dinleyiciye karşı yerine getirilmesi gerektiği düşünülen sorumluluklar bu kısır döngü içinde kaybolmakta ve yayıncılar, dinlenilirlik oranları ve buna bağlantılı olarak reklam paylarındaki düşüşü göze alacak radikal değişikliklere izin vermemektedir

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşme olarak adlandırılan yeni dünya düzeni aslında, ekonomi tarihinden bakıldığında üretim sistemlerinde temel değişimlerin yaşandığı sanayi devrimine kadar uzanmaktadır. Bu dönem, aynı zamanda toplumsal yapıların değiştiği, siyasal yapılanmalarda kolektif bilince dayalı üniter yapıların oluştuğu bir dönemdir. Toplumların fiziksel sınırlar ile ayrıldığı, devletlerin üretim sistemleri ile birbirlerine üstünlük sağlamaya çalıştığı bu yıllarda, üretim hammaddesine sahip ama yönetsel olarak zayıf bölgeler, yönetsel olarak güçlü devletlerin tahakkümü altına girmiştir. 20. yüzyıla bakıldığında ise o zamanlarda başlayan bu tahakkümün kimlik değiştirdiği görülmektedir. Dönüşümün anahtarı ise teknolojide yaşanan gelişmelerdir. Özellikle bilgi çağı olarak adlandırılan 20. yüzyılın ikinci yarısına bakıldığına icatların bir kez daha üretim sistemlerinin temel mantığında değişimler yarattığı ve bu değişimde bilgiye dayalı üretimin ön plana çıktığı görülmektedir. Ancak bu sefer, tahakküm, üretilenin pazarlanacağı yeni pazarların oluşturulmasında kullanılacaktır. 1970'li yıllarda dünyada etkisi hissedilmeye başlanan bu hareketlenmede, en büyük güç ise kitle iletişim sistemleridir.

1990'lı yıllar, Türkiye'de kitle iletişim araçlarına bakışın değiştiği yıllardır. Bu yıllarda yaşanan gelişmelerin uzun bir sürece dayandığı ve birbirine bağlı politikaların bir yansıması olduğu her ne kadar aşikar bir gerçek olsa da, özelikle teknolojinin ilerlemesi ile üretim yapılarında meydana gelen değişikliklerin toplumsal yapılardaki etkileri, değişimin ana nedeni olarak ön plana çıkmaktadır. Elbetteki teknolojik gelişmeler kitle iletişim araçlarının gelişmesinde ve yayılmasında önemli bir etkendir. Yeni iletişim araçlarının yöndeşmesi, birbirlerinin özelliklerini taşımalarına olanak sağlarken, medya adını alan kitle iletişim sistemlerine ulaşım da daha kolay bir hal almıştır. Örneğin zamanında bir mobilya gibi evlerin bir köşesine konulan radyolar, önce transistörün bulunuşu ile taşınabilir hale gelmiş ama en önemlisi teknolojideki gelişmeler ile ceplerde taşınabilen telefonların bir özelliğine dönüşmüştür. Bu durum, kitle iletişim araçlarının gücünü arttırırken bu güce

sahip olmanın önemi de artmıştır. Özde bakıldığında kitle iletişim araçlarının aidiyeti, temel sorunlardan birini oluşturmaktadır. Zira güç, amaca yönelik hizmet etmekte ve bu durum çeşitli yasal düzenlemelerin getirilmesine neden olmaktadır. İronik olan ise, yasa koyucunun da bu gücü kendi amaçları için kullanmasıdır.

II. Dünya Savaşı yıllarında etkin bir propaganda aracı olarak kullanılan kitle iletişim araçları, savaşın sona ermesinden sonra bile iki kutuplu dünyada bir propaganda aracı olarak kullanılmaya devam etmiştir. Ancak kitle iletişim araçlarının önemli bir özelliği sermaye tarafından keşfedilmiştir. Bu ise, üretilenin pazarlanma sürecinde tüketiciye haber verebilmek amacıyla kullanımına devam edilen kitle iletişim araçlarının, reklam sektörünün gelişmesiyle özel sermaye tarafından daha etkin bir şekilde kullanılmasıdır.

Üretim sistemlerinde yaşanan gelişmeler artı üretimin fazlalaşması sonucunu doğururken, tüketici pazarlarında yaşanan daralma, sermaye sahiplerinin yeni önlemler almasına neden olmuştur. Bir yandan üretilenin pazarlanması için yeni tüketici pazarları aranırken diğer yandan üretim şekli değişmiş, mal üretiminin dışında hizmet üretimi ve pazarlanması daha ağırlık kazanmıştır. İşte bu yıllarda sermaye yapıları da farklılaşmış ulus-devletler tarafından desteklenen ulusal sermaye yapıları, diğer sermaye yapıları ile ortaklık yönüne giderek ulus üstü kimlik kazanmıştır. Ancak bu işbirliğinin karşısında ulus-devletlerin yasal yapılanmaları, sorun teşkil etmekte ve sermayenin serbest bir şekilde hareketini engellemektedir. İşte bu noktada kitle iletişim araçları devreye girmektedir. Önceleri devlet eliyle gerçekleştirilen sınır ötesi yayınlar, özel teşebbüs ile daha ileri bir boyuta taşınmıştır. Tüketim bilinci oluşturmaya dayalı bir bakış açısının giderek hakim olduğu kitle iletişim araçları, toplumu bir yandan tüketime yöneltirken diğer yandan yeni tip sermayenin yayılmasını kolaylaştırıcı bir içerik kazanmıştır.

Gelinen noktada kitle iletişim araçlarının aidiyetinden çok, içerik tartışmalarının odak noktasına oturduğu görülmektedir. Özellikle kitle iletişim

araçlarının etkileri üzerine yapılan araştırmalarda bu durumun kültürel yapılara zarar verdiği dikkat çekmektedir. Tüketici kazanma telaşında olan ulus üstü şirketler, toplumsal yapılara daha iyi nüfuz edebilmek amacıyla yeni tip bir kültür anlayışını ileri sürmektedir. Bir mal gibi imal edildiği öne sürülen bu kültür anlayışı, demokrasi ve özgürlük gibi kavramları da amacı için kullanarak ulus-devlet yapılarında zaaflara neden olmaktadır.

Ulus-devletler, belli bir ortak kültür mirasına dayalı toplumsal yapılarını, yeni dünya düzeninin etkilerinden korumak ile yeni dünya düzenine has piyasa yapılarına uyum arasında sıkışırken, merkeziyetçi yönetim anlayışı adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışına doğru bir kayma göstermiştir. Toplumsal katmanları oluşturan çeşitli etnik kökenli kültürler, yönetimde daha fazla söz sahibi olmayı hedeflerken, ulus-devlet mekanizması gücünü koruma stratejileri geliştirmek zorunda kalmıştır.

Kitle iletişim araçları bir yandan ulus-devletlerin kamu hizmeti yayıncılığı adı altında ortak kültürel mirası koruma amaçlı içeriklerini taşırken diğer yandan küresel olarak adlandırılan kültürün melezleştirme politikalarına yönelik iletileri de kullanıcılara iletmiştir. Bu iki gerilim arasında yerel kültürlerin kendilerini gösterme çabası daha ufak iletişim sistemlerinin kurulmasına neden olmuştur.

Bu karmaşık durumda kitle iletişim araçlarını kullanan dinleyici, izleyici ve okuyucu, her ne kadar seçim özgürlüğüne kavuşmuş gibi görünse de küresel yapının gücü bir noktada kamusal yayıncılığa ve yerel yayıncılığa nüfuz etmektedir.

Ulus-devletlerin politik amaçları gereği sürdürdükleri kamu hizmeti yayıncılık modeli daha fazla kullanıcı çekebilmek amacıyla ticari yayıncılık olarak da adlandırılan küresel yayın sistemlerine doğru bir dönüşüm geçirirken, yaşamak için finansal kaynak arayışı içine giren yerel yayın sistemleri de başta ortaya konulandan farklı olarak yayınlarını sürdürmüşlerdir.

Çalışmamızda bu düşüncelerden hareketle radyo yayıncılığının yerel uygulamalarda nasıl bir kimlik kazandığı araştırılmaya çalışılmıştır. Radyo, gerek üretim biçimi gerekse ulaşılması açısından kolaylığı gibi kendine has özellikler ile diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Öte yandan teknolojideki gelişmeler diğer yaygın kitle iletişim araçları olan gazete ve televizyondan daha kolay ve az maliyetli olarak adapte edilebilmektedir. Türkiye gibi finansal yapısı dışa bağımlı bir ülkede yerel yayıncılığın kriterleri çok net bir biçimde ortaya konulmamakla birlikte iddia edildiği üzere yerel kültürlerin sesi olmaktan da uzak bir noktadadır.

Ortaya konulan sorun bağlamında yapılan incelemede elde edilen bulgular, yerel radyo yayınlarının daha büyük sistemlerden pek farklı bir içerik ortaya koyamadığını göstermektedir. Zira yerel yayıncılığın daha rahat gerçekleştirildiği sistemler olarak gösterilen topluluk radyolarına yapısal ilişkileri nedeniyle ilimizden örnek olarak gösterebileceğimiz Radyo KYÖD'ün yayın içeriğinden hareket ettiğimizde; yerel radyo yayınlarında içeriğin ağırlıklı olarak müziğe kaydığını tespit edebiliriz. Günümüz radyo yayıncılığına sıklıkla getirilen "radyolar birer müzik kutusu halini aldı" eleştirisi Radyo KYÖD örneğinde de gerçeklik kazanmaktadır. İncelenen 2160 saatlik yayının %72'si müziğe ayrılırken, sadece %13,5'i söze ayrılmaktadır. Ancak söze ayrılan bu süre, program içerikleri açısından incelendiğinde doyurucu bir sonuca ulaşılmamıştır. Mevcut programların %60'ı müzik-eğlence programlarına ayrılırken, sadece %10'luk kısmı haber programlarına ayrılmaktadır. Kültür, sanat, sağlık, eğitim gibi içeriklere sahip programlar hiç yer almamakta, bu açık, aktüel içerikli programlar ile kapatılmaya çalışılmaktadır. Sonuç olarak, yerel radyoların kamuya ait bir frekansı kullanmasından doğan kamuya karşı sorumluluğunun radyo yöneticileri tarafından dikkate alınmadığı söylenebilir.

Bu duruma getirilen tek açıklama ise finanssal yapıdır. Radyo KYÖD yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, maddi getirinin önemine dikkat çekildiği görülmektedir. Tek gelirleri reklam olan yerel radyoların, bu finansal yapı ile bir haber merkezi bile kurmasının imkansızlığından yakınan radyo

yöneticileri, reklam verenlerin daha çok müzik, daha az konuşma istediklerine dikkat çekmektedir. Bu durum, yayın akışının oluşturulması sırasında belirgin bir şekilde tespit edilmektedir. Örneğin Radyo KYÖD, 24 saatlik yayın akışı boyunca sadece sabahları gazete haberlerinin okunduğu bir program ile haber verme işlevini yerine getirmeye çalışmaktadır. Ancak böyle bir çaba içerisinde bile yerel bir radyo istasyonundan uzak bir program içeriği ile karşılaşılmaktadır.

Yerel bir radyo olarak yayın hayatına devam eden Radyo KYÖD örneğinden hareket ettiğimiz vakit yerel radyoların yayın akışlarını oluştururken temel nokta olarak ekonomik getirisini göz önüne aldıkları söylenebilir. Her ne kadar Radyo KYÖD yöneticileri ile yapılan görüşme sırasında sorunların teknik destek yetersizliği, alanda uzman iş gücü sıkıntısı, dinleyici kalitesi gibi satırbaşlarına yayıldığı görülse de, mali problemlerin ve mali kaynak sağlayıcı konumundaki reklam verenlerin isteklerinin yayın akışında en temel etken olduğu tespit edilmiştir. Ancak yerel radyoların mevcut yayın politikası çerçevesinde bu tür problemleri çzöme konusunda yeterli çabayı saf etmedikleri bilinmektedir. Reklam pastasındaki payı arttırma çabaları radyo yöneticilerinin sorunlara karşı bireysel ya da ortak çözümler getirmesini engellemektedir. Çalışmamız neticesinde elde ettiğimiz sonuçlardan hareketle, radyolarda bir problem olarak görülen içerik oluşturma sürecine çözüm önerilerimizi şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Yerel radyolar, birer haber medyası olarak türdeşlerinden ayrıldıkça dinleyici tarafından tercih sebebi olabilecektir. Yerel radyoların, bir iletişim aracı olarak radyoyu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran haberde hız olgusunu haberin doğasından kaynaklanan coğrafi yakınlık ilkesi ile birleştirmesi, dinleyicinin yerel radyoları diğerlerinden ayırt edebilmesinde ve tercih etmesinde önemli etken olacaktır. Bu nedenle yerel radyoların mali yükümlülüklerini göze alarak kendi bünyelerinde haber merkezi kurmaları gerekmektedir.

2. Yerel radyoların yayın hayatlarını sürdürebilmeleri açısından reklam gelirleri kuşkusuz ki ayrı bir önem arz etmektedir. Ancak yarım saatlik aralılar ile gerçekleştirilen ve süreleri kimi zaman 15 dakikaya varan reklam kuşakları, yayının devamlılığında kesilmelere neden olmaktadır. Öyle ki Radyo KYÖD örneğinde de tespit edildiği üzere reklam kuşaklarına ayrılan süre spikerlerin konuşmalarına ayrılan sürenin önüne geçmektedir. İçeriğin daha akıcı olması açısından, yerel radyoların reklam üretim ve yayınlama çalışmalarını gözden geçirmeleri, reklam kuşaklarının sürelerine kısıtlama getirmeleri yararlı olacaktır. Özellikle program sponsorluğu gibi çalışmalar ile reklam sürelerinde yapılacak indirimden kaynaklanacak gelirlerin azalması probleminin engellenebileceği düşünülmektedir.

3. Yerel radyolarda program çeşitliliği yok denecek kadar azdır. Radyo KYÖD örneğinde de görüldüğü gibi müzik ağırlıklı programlar ile yayın akışı doldurulmaya çalışılmaktadır. Aslında kitle iletişim araçları kamuya hizmet eden araçlardır. Ancak mevcut içerikleri ile kamuya hizmet anlayışından uzak kalınmaktadır. Bir dolgu malzemesi olarak kullanılması gereken müzik, radyo yayınlarında birinci amaç konumuna gelmiş, bu durum radyoların yayın iskeletlerinin birbirine benzemesi tehlikesini ortaya çıkarmıştır. Program çeşitliliğinin arttırılarak tek düzelikten çıkılması, radyolara müzik kutusu olarak bakılmasını engelleyecek ve radyoların diğer medyadan farklı bir statü kazanmasını sağlayacaktır. Radyo yayın akışı içinde, haber, kültür-sanat, eğitim, sağlık gibi konularda program üretimine önem verilmesi bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

4. Yerel radyolar, yerel olmanın anlamını yayınlarına yansıtamamaktadır. Mevcut durumda ulusal örgütlenmelerden pek bir farkı bulunmayan yayın akışı içerisinde, yerel öğelere daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Bu, yörenin kültürel

motiflerinin işlendiği içerikteki programlar olabileceği gibi yayın yapılan coğrafyadaki toplumsal sorunların tartışıldığı, çözümlerin geliştirildiği içerikli programların yayın akışında yer alması ile sağlanabilir

5. Sivil toplum örgütleri ile yürütülecek çalışmalar yerel radyolara prestijin yanında saygınlık ve güç kazandırabilir. Ayrıca bu tür çalışmalara yönelik yayın akışında yer alabilecek programlar, toplumsal gelişmenin sağlanabilmesi açsından yerel radyoların üzerlerine düşen sorumluluğu yerine getirmeleri açsından önem arz etmektedir.

6. Yerel radyo yetkilileri, nitelikli insan gücünün istihdam edilmesi, teknik yetersizliklerin giderilmesi ve hatta reklam gelirlerinin arttırılmasına yönelik ortak projeler geliştirerek bu tür problemlerin aşılmasında güç birliği sağlamalıdır.

Sonuç olarak yerel radyoların -yöneticilerinin yerel yayıncılığı tanımlarken kullandıkları “bir kentin en önemli iletişim aracı” olma iddiasından uzak-ayakta durma çabası içinde oldukları söylenebilir. Radyo KYÖD örneğinden hareketle içerik açısından bakıldığında asli görevlerini göz ardı etme pahasına reklam vereni ve dinleyiciyi memnun etme telaşında olan yerel radyolar, coğrafi sınırlar içerisinde hitap ettikleri kitlenin ihtiyaçlarından uzak çok müzik-az konuşma mantığına dayandırdıkları yayın politikaları çerçevesinde ticari bir işletme olarak çalışmaktadır. Bir kitle iletişim aracının belki de en önemli görevi olan haberdar etme işlevinin göz ardı edildiği bir yapılanma çerçevesinde, kamuya ait frekansları kullanmaktan doğan sorumluluklarını yerine getirmekten yoksun yerel radyo yayıncıları, mali problemleri ön plana çıkararak, içerik ile ilgili sorunları bu merkez etrafında toplamaya çalışmaktadır. Yerel radyolar, küresel olanın dayattığı kültürün etkisi ile şekillenen toplumlarda dinleyicilerin istekleri ile yayıncılığın finanssal

yükü altında ezildikçe, farklı, yerele özgü, yerelden kaynaklanan bir ses olma iddiasından uzaklaşmaktadırlar.

YARARLANILAN YAYINLAR

KİTAPLAR

AYTEKİN, Yılmaz, **Modernden Postmoderne Siyasal Arayışlar**, Ankara: Vadi Yayınları, 1996.

ALANKUŞ, Sevda (der.), **Habercinin El Kitabı: Radyo ve Radyoculuk**, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

ALANKUŞ, Sevda (der.), **Habercinin El Kitabı:Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, İstanbul : IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003.

ALEMDAR Korkmaz ve Erdoğan İrfan**, Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1994

ALTUNBAŞ, Hüseyin, **Radyo Reklamcılığı**, Konya: Tablet Yayınları, 2003.

ASLANOĞLU, Rana, **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**, Bursa: Asa Yayınları, 1998.

AZİZ, Aysel, **Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim,** Ankara: Turhan Kitabevi, 2003.

AZİZ, Aysel, **Radyo Yayıncılığı**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2002.

BALCI**,** Ali, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem Teknik ve İlkeler,** A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları Ankara 1997.

BAECHLER, Jean, **Kapitalizmin Kökenleri**, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge Yayınları, 1994

BAUMAN, Zygmund, **Kürselleşme,** çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999

BELEK, İlker, **Postkapitalist Gelişmeler,** İstanbul: Sorun Yayınevi, 1997

BLACK, Cyril Edwin, **Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri**, çev. M. Fatih Gümüş, Ankara:İş Bankası Kültür Yayınları, 1986.

BOZKURT, Veysel, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, İstanbul: Sistem Yayınları, 1996

CANKAYA, Özden, **Dünden Bugüne Radyo Televizyon (Türkiye'de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci),** İstanbul:Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 1997.

CANKAYA, Özden, **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003.

ÇAKIR, Hazma, **Tüm Yönleriyle Radyo**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005.

CONNOLY**,** William E., **Kimlik ve Farklılık: Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri,** çev. Ferma Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.

CUBADDA, Marie France v.d., çev. Aslı Yapar v.d., **Radyo Teknikleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1998.

DOLLOT, Louis, **Kitle Kültürü Bireysel Kültür**, çev. Özlem Nudralı, İstanbul: İletişim Yayınları, 1991.

ERDOĞAN İrfan ve Alemdar, Korkmaz, **Öteki Kuram Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi,** Ankara**:** Erk Yayınevi, 2002.

ERDOĞAN**,** İrfan, **İletişimi Anlamak,** Ankara: Erk yayınevi, 2002.

FİSKE, John, **Popüler Kültürü Anlamak,** Ankara: Ark Yayınevi, 1999.

FRİEDMAN,Thomas, **Lexus ve Zeytin Ağacı Küreselleşmenin Geleceği**, çev. Elif Özsayar Boyner, İstanbul: Holding Yayınları, 1999.

GİDDENS, Anthony, **Modernliğin Sonuçları,** çev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

GİDDENS, Anthony, **Elimizden Kaçıp Giden Dünya,** çev. Osman Akınhay, İstanbul: Alfa Yayınları, 2000.

GÖKÇE, Orhan, **İçerik Çözümlemesi, Sosyal Bilimlerde Bir Araştırma Yöntemi**, Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları, 1995

GÜNEŞ, Sadık, **Medya ve Kültür; Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı,** Ankara Vadi Yayınları 2001.

HABERMAS, Jürgen, **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü,** çev. Tanıl Bora, Mithat Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları, 1997

HORKHEİMER, Max ve Adorno, T. W., **Aydınlanmanın Diyalektiği,** çev. O. Koçak, İstanbul : Kabalcı Yayınları, 1996.

HORKHEİMER, Max, **Akıl Tutulması**, çev. Osman Koçak, İstanbul : Metis Yayınları, 1990

İLAL**,** Ersan, **İletişim, Yığınsal İletişim Araçları ve Toplum,** İstanbul: Der Yayınları, 1997.

İLHAN, Suat, **Dünya Yeniden Kuruluyor: Jeopolitik ve Jeokültür Tartışmaları,** İstanbul : Ötüken Neşriyat Kültür Serisi, 1999.

KAHRAMAN, Hasan Bülent v.d., “Katılımcı Demokrasi, Kamusal Alan ve Yerel Yönetim” **Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi (WALD),** İstanbul, 1999.

KAYE, Michael ve Popperwell, Andrew, **Radyo Dersleri**, çev. Tuğrul Eryılmaz, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995

KEJANLIOĞLU, D.Beybin ve diğerleri (der.), **Medya Politikaları,** Ankara: İmge Kitabevi, 2001.

KEYMAN, E. Fuat ve Sarıbay, Ali Yaşar (der.), “Küreselleşme, Siyaset ve Toplumsal Yaşam”, **Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam**, Konya:Vadi Yayınları, 1998.

KIZILÇELİK, Sezgin, **Küreselleşme ve Sosyal Bilimler,** Ankara: Anı Yayıncılık, 2003

KİNG, Anthony, D., **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, çev. Seçkin Gülcan ve Ümit H. Yolsal, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1998

KONGAR, Emre, **Küresel Terör ve Türkiye,** İstanbul : Remzi Kitapevi, 2001.

KROGH, Thomas “Frankfurt Okulunun Kültür Analizi”**,** der. Mehmet Küçük, **Medya İktidar İdeoloji**, Ankara: Ark Yayınları 1999

KUMAR, Krishan, **Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları,** çev. Mehmet Küçük, Ankara: Dost Kitabevi, 2004

KÜÇÜK, Mehmet, **Medya İktidar İdeoloji**, Ankara: Ark Yayınları, 1999.

LÉVİ-STRAUSS, Claude, “**Irk,Tarih ve Kültür**”, çev. Işık Ergüden ve diğerleri, İstanbul:Metis Yayınları,1997.

LULL, James, **Medya İletişim Kültür,** çev. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları, 2001.

MARSHALL, Gordon, **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 1999.

MATTELART, Armand ve Michael, **İletişim Kuramları Tarihi,** çev. Merih Zıllıoğlu, İstanbul: İletişim Yayınları, 1998.

MATTELART, Armand, **İletişimin Dünyasallaşması**, çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

MORLEY, David ve Robins Kevin, **Kimlik Mekânları**, çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995

OKTAY, Ahmet, **Türkiye'de Popüler Kültür,** İstanbul : Yapı Kredi Yayınları, 1994.

OSKAY, Ünsal, **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım,** İstanbul: Der Yayınları, 2000.

OUTHWAİTE, William, "Kültür", **Marksist Düşünce Sözlüğü**, çev. M. Özbek, T. Güney, İstanbul: İletişim Yayınları, İstanbul, 2001.

ÖNÜR**,** Nimet, **Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum**, Ankara : Alp Yayınevi, 2002.

PRENDERGAST, Rene ve Stewart, Frances, **Piyasa Güçleri ve Küresel Kalkınma**, çev. İdil Eser, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995.

SEZEN, S. **Devletçilikten Özelleştirmeye Türkiye'de Planlama,** Ankara: Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE), Yayın No: 293. 1997.

SCHİLLER, Herbert, **Zihin Yönlendirenler,** çev.Cevdet Cerit, İstanbul : Pınar Yayınları, 1993.

TARTANOĞLU, Ali, (der.), **Yerel Yönetimler ve Radyo Yayıncılığı,** Ankara: Belya A.Ş., 1993.

TEKİNALP, Şermin, **Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon**, İstanbul: Der Yayınları, 2003.

TOMLİNSON, John, "**Kültürel Emperyalizm**" çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

TOPUZ, Hıfzı v. d., **Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni,** İstanbul : İLAD Yayınları, 1990.

UĞUR, Aydın, **Kültür Kıtası Atlas**, İstanbul: YKY Yayınları, 2002.

ULUÇ, Güliz, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı,** İstanbul: Anahtar Yayınevi, 2003.
WEST, David, **Kıta Avrupası Felsefesine Giriş**, çev. Ahmet Cevizci, İstanbul: Paradigma Yayınları, 1998.

YÜKSEL, Erkan, **Medyanın Gündem Belirleme Gücü,** Konya: Çizgi Yayınları, 2001.

YUMLU, Konca, **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları,** İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları, 1994.

MAKALELER

ATASOY**,** Fahri**,** “Kültürel Küreselleşme ve Direnç Noktaları” **Türkiye ve Siyaset Dergisi,** Bahar, 2003.

ERDOĞAN, İrfan, “Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayrı Meşruluğu” **Doğu Batı Dergisi,** Yıl 4, Sayı 15, 2. baskı, 2004.

GÜR**,** Mehtap Y., **“**Çok Bilinmeyenli Kavram Küreselleşme” **Karizma Dergisi,** Ekim Kasım Aralık Yıl 5, Sayı 20, İstanbul, 2004.

HABERMAS, Jürgen, “Avrupa Ulus Devleti ve Küreselleşme Tazyikleri”, çev. Alev Özkazanç **Mürekkep Dergisi,** Sayı 14., 2000.

JAMESON, Friedric, “Küreselleşme ve Politik Strateji”, çev. Mehmet Beşikçi, **Birikim Dergisi,** Sayı 139, İstanbul, 2000.

KAYPAKOĞLU, Serdar, “Küresel ve Yerel Medyada Gelişmeler ve Ulus-Devlet” **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Kış Sayı 16, Ankara, 2002.

KIRCA, Süheyla, “Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusal Kimliklerin Yaratılması” **Doğu Batı Dergisi**, Sayı 15 İstanbul Mayıs-Haziran-Temmuz, 2.Baskı, 2005.

KIZILCA, Gül Karagöz, “Türkiye’de İnternet Kullanımı ve Gazeteciler: Küreselleşmenin Özgürlükler Üstündeki Yerel Etkileri”, **Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi**, Sayı 13 Bahar, Ankara, 2002.

KOZANOĞLU, Hayri, “Küreselleşme ve Uluslarüstü Sermaye Sınıfı”, **Doğu Batı Dergisi,** Sayı 18, Şubat- Mart- Nisan, 2. Baskı, Ankara, 2002.

MUTLU, Erol, “Popüler Kültürü Eleştirmek” **Doğu Batı Dergisi**, Yıl 4, Sayı:15, 2. baskı. 2002.

NEWMAN, Christopher**,** “Realizm: Küreselleşme ve Bağımsız Devlet”, çev. Muammer Türker, **Türkiye Günlüğü**, Sayı 64, Kış 2001.
IŞIK, Metin, “Globalleşme-Yerelleşme ve Medya”, Konya: **Selçuk İletişim** Ocak 2001.

İÇLİ, Gönül, **“**Küreselleşme Ve Kültür**” C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi,** Aralık Cilt : 25, No: 2, 2001.

SUGUR, Nadir, “Kürselleşme Üzerine” **Birikim Dergisi,** Mayıs Sayı 73, 1995.

TALAS, C., “Liberalciliğin Geri Dönüşü ve Sonrası”, **Amme İdaresi Dergisi**. Cilt: 26, Sayı: 3, Eylül, 1993.

TİMİSİ, Nilüfer, “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri” **Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,** Ankara, 1997-1998 Ankara Üniversitesi Basımevi, 1998.

TOKGÖZ, Oya, “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi” **İletişim Dergisi**, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, sayı:9, Bahar, Ankara, 2001.

YEL, Ali Murat, “McDonalds’a Karşı Simit Sarayları: Küreselleşme Karşıtı Hareketler”, **Karizma Dergisi,** Ekim Kasım Aralık, Yıl: 5, Sayı 20, İstanbul, 2004.

YETİM, Nalan, “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel?” **Doğu Batı Dergisi,** Sayı 18 Şubat- Mart-Nisan, 2. Baskı, Ankara, 2002.

ZÜLÂL, Aslı (haz.) “Bilgi Toplumu”, **TÜBİTAK BTD Araştırma Grubu Bilim ve Teknik Dergisi,** (özel eki), Aralık, 2003.

İNTERNET KAYNAKLARI

AKTAN, Coşkun Can, “Globalleşme, Bölgeselleşme ve Yerelleşme”, **http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem98/global.htm**

ALANKUŞ, Sevda, “Globalleşme, Yerelleşme ve Yerel Medya”**,** **http://www2.bianet.org/diger/arsiv.htm**

Burhan Sinan “Yerel Televizyonlar Ve Demokrasi”
http://www.jurnal.net/arastirma/arastirma-10.htm

ÇALT, Gökhan, “Bölgeselleşme ve Avrupa Birliği’nin Bir Aracı Olarak Bölge Kalkınma Ajansları”
www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/05gokhancalt.pdf

Globalization:What Is It? Countryscope
www.countrywatch.com/@school/globalization.htm

GÜLER**,** Birgül Ayman, **“**Kamu Yönetimi Reformu Yasa Tasarısı: Toplumsal Eşitlik ve Yönetim” Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışmalı Toplantı 2004/2 Kamu-Yerel Yönetim Reformu ve Türkiye
www.tek.org.tr/toplanti/toplantipdf/BIRGUL-A.GULER.pdf

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı **“**Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, Ankara, 2000,
http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf

KEYMAN, Fuat, “Globalleşme Söylemleri ve Türkiye”
http://www.stratejik.yildiz.edu.tr/makale5.htm

KRAİDY, Marwan M., “Hybridity in Cultural Globalization” Communication Theory*;* 2002; 12:316-339
http://ct.oupjournals.org/cgi/reprint/12/3/316

KÜÇÜKKARAKAŞ Mehtap - YILDIZ Harun “Van Mikro Ölçeğinde Yerel Medya”
http://www.ilet.gazi.edu.tr/gazete.php?islem=detay&id=413

MUTLU, Erol, “Yerel Basın ve Demokrasi”,
http://byegm.gov.tr

ŞENSES, Fikret, “Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel mi?”, **ERC Working Paper in Economic,** 04-09 August, 2004
http://www.erc.metu.edu.tr/menu/sayfa.php?icerik=04_09&lang=eng&nav=yes

UYGUN, Oktay, “Küreselleşme ve Değişen Egemenlik Anlayışının Sosyal Haklara Etkisi”
www.anayasa.gov.tr/anyarg20/uygun.pdf .

http://www.radyokyod.com.tr/contents.php?cid=73

http://www.rtuk.gov.tr/kanun1.htm

Yüksek Lisans Tezleri

ARAPOĞLU, Nurşen, “Yerel Radyo Televizyonlar ve Bir Örnek: İzmit”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1994).

VARLI, Ali Murat, “Kocaeli’nde Yerel Televizyonlar, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003).

DİĞER

İBRT Danışma Komitesi Belgesi, No:8(Çoğaltma), İstanbul, 1989.

TUTAR, B., “Kapitalist Devrim Projesi”, **Yeni Şafak Gazetesi**, 5 Nisan 2004.

Kocaeli Şehir İçi Aylık Haber Dergisi ve Yorum, Şubat, Sayı:24, Kocaeli, 2005.

Kılıçbay Mehmet Ali; Türkiye'de Ulusal Medya Yok**, Zaman Gazetesi**, 31.01.2002