

Başyazı

İletişim Duvarları
da yıkılıyor

Dr. Hıfzı Topuz

Sovyetler Birliği'nde, Doğu ve Orta Avrupa ülkelerindeki rejim değişiklikleri iletişim araçlarının durumlarını da etkiledi. Bütün bu ülkelerde bir yıldan beri mediaların mülkiyetinde ve yönetiminde köklü değişiklikler oluyor. Amerika ve Batı Avrupa ülkeleri, basın demokratikleşme sürecine katılmak için girişimlerde bulundular. Bu amaçla UNESCO merkezinde geçen Şubat'ta bir toplantı yapıldı. Doğu Avrupa'da ortaya çıkan genç basın ve yayın organlarının gelişmesi için birtakım kararlar alındı. Amaç iletişimde çoğulculuğu sağlamak ve özgür, küçük basın kuruluşlarının toplumsal evrim içerisinde özgürlüklerini ve bağımsızlıklarını korumak için öneriler getirmektir.

Bunların yanısıra Sovyetler Birliği'nde bazı gazete ve dergilerin yönetimi yazı kadrolarına bırakıldı. Böylece bu yayın organları bağımsızlığa kavuştular.

Macaristan'da iki gazeteyi Almanlar ele geçirdiler. Murdock da iki gazete satın aldı. Maxwell bütün bu ülkelerde birtakım girişimlerde bulundu. Fransız basın patronu Robert Hersant Polonya'da ilk özel radyoyu kurdu. Europe 2 (Fransız) geçen Mart'ta Çekoslovakya'da kurulan bir istasyondan yayınlara başladı. M. Radio (Fransız) üç Sovyet kentinde yakında yayınlara başlayacak. Nostalgie Radyosu (Fransız) Moskova Radyosu üzerinden yayınlara hazırlanıyor. Macar Televizyonu (MTV) geçen ay Fransız Yedinci Kanal ile bir anlaşma imzaladı. MTV daha önce BBC, RAI ve ZDF televizyonları ile anlaşmalar imzalamıştı. Amerikalılar bu girişimleri izleyerek bir şeyler koparmaya çalışıyorlar. World Press Freedom Committee bu amaçla geniş bir araştırma yaptırdı.

Merkezi Prag'da olan Uluslararası Gazeteciler Örgütü (OIJ) bir bunalım geçiriyor. Çekoslovak gazeteci örgütleri OIJ'den ayrıldılar. Bölgedeki öteki birliklerin bazılarında da FIJ'ye girme eğilimleri belirdi.

Yani, Doğu Avrupa ülkelerinde gazeteler, radyolar, televizyonlar, gazeteci örgütleri kendilerine yeni bir çekil düzen veriyorlar. Berlin Duvarı'ndan sonra tüm iletişim duvarları teker teker yıkılıyor.

Biz bu gelişmeleri çok uzaklardan izlemekle yetiniyoruz. Hiçbir katkımız olamaz mıydı?

Avrupa İletişim Araştırma
Merkezleri Yeni Bir Örgüt
Oluşturuyorlar

28-29 Ocak'ta Amsterdam'da bu amaçla 20 iletişim araştırmacısının katıldığı uluslararası bir toplantı düzenlendi.

Avrupa iletişim araştırma merkezleri arasında yeni bir örgütün kurulması amacıyla 28-29 Ocakta Amsterdam'da, Hollanda Basın Enstitüsünün girişimiyle Vrije Üniversitesinde bir toplantı düzenlendi. Unesco'nun parasal desteğiyle yapılan bu toplantıya IAMCR'den (uluslararası İletişim Araştırmaları Birliği) başka, Leicester Üniversitesinden James Hallo-

ran, Macaristan'dan Toma Szenzko, Yugoslavya'dan S. Splichal, Moskova'dan N. Zazovrsky, Fransa'dan Bernard Miede, İngiltere'den George Wedell, Türkiye'den İLAD'ı temsilen Hıfzı Topuz gibi araştırmacılar katıldılar.

Toplantıda IAMCR'in gelecek Haziran'da İstanbul'da yapılması kararlaştırılan Konsey toplantısı da tartışıldı.

İÇİNDEKİLER

- Körfez Krizi ve Türk Basını 2
- Dış Haberler 3-4-5
- Maxwell-Murdok Paneli 6-7
- Türkiye'ye Yönelik Uydur Yayınları 8-9
- Yeni Yayınlar 10-11
- İPRA Ahlak Yasası 11

Bu dergi **ESBANK**'ın katkılarıyla yayınlanmaktadır.

Görüşler

Körfez Bunalımını Gazeteler Nasıl Yansıtılar?

"Körfez bunalımı Türk basınının temel zaafalarını ortaya koydu"

Türkiye Dış Basın Derneği başkanı Dr. Haluk Şahin İLETİŞİM-ARAŞTIRMA'nın sorularını yanıtlayarak genel bir değerlendirme yaptı.

—Körfez krizi Türk basınına değerlendirmede hangi bakımdan bir ölçü olabilir?

—Körfez krizi, bence Türk basınının dünyayı izleme açısından temel zaafalarını çok açık bir biçimde ortaya koydu. Bu temel zaafın uluslararası ve özellikle Amerikan haber ajans ve kaynaklarına aşırı bağımlılık olduğunu biliyoruz. 1970'lerde Yeni Dünya İletişim Düzeni, UNESCO çerçevesinde çok tartışıldı.

Bu tartışmalar sırasında, şu gözlem üzerinde durulmuştu: Merkezin uzağındaki ülkeler, hemen yanıbaşlarındaki olayları bile merkezin perspektifi ve araçlarıyla izlemek zorunda kalıyorlar.

Türkiye'nin Irak ve Kuveyt krizini izleyişini, iletişimdeki aşırı bağımlılığın sonuçları açısından bir textbook case gibi inceleyebiliriz. Biz hemen yanıbaşımızda komşumuz Irak'ta ve gene komşumuz sayılabilecek Kuveyt'te olup bitenleri, uzun yıllar Osmanlı İmparatorluğu'nun bir parçası olan eski bir vilayetimizde olup bitenleri biz Amerikan haber ajansları ve CNN televizyonu aracılığıyla izledik. Bu konuda Türkiye'nin politikalarını formüle eden Cumhurbaşkanı Özal da öyle yaptı. Bu durumda olaya bakışımızın önemli ölçüde çarpıldığını artık söyleyebiliriz.

—Nasıl bir çarpılma?

—Ortaya ilginç bir çelişki çıktı. Haber ve fotoğraf açısından Amerikan ve İngiliz haber ajanslarına ve habercilerine aşırı bağımlı durumda bulunan haber sayfalarında savaş yanlısı, hatta savaş çığırkanlığı yapan bir görüntü ortaya çıkarken, olayları Türkiye süzgecinden geçiren köşe yazarları, yorum ve değerlendirmelerde genellikle savaş aleyhtarı bir eğilim belirginlik kazandı.

Aynı gazetenin birinci sayfasında o hafta sonu savaş beklendiği kocaman başlıklarla ilan edilirken, iç sayfalardaki Türk yorumcuları büyük bir olasılıkla savaş çıkmayacağını ve çıksa bile Türkiye'nin buna karşın gerektğini söyleyebiliyorlardı.

—Televizyonun krize yaklaşımını nasıl görüyorsunuz?

—Irak-Kuweyt krizinin medya tarihi açısından belki de en ilginç yönü CNN haber

kanalı tarafından oynanan roldür.

Televizyon, görüntüye dayanan bir ortam(media)dır. Tank, savaş, yürüten askerler ve patlayan silahlar, televizyon muhabirleri tarafından aranan ve ön plana çıkarılan görüntülerdir.

Bu bakımdan özellikle krizin ilk iki ayı süresince, CNN'i yakından izleyen bir seyircinin savaşın çok yakın ve kaçınılmaz olduğu yolunda bir sonuca varması kesin gibiydi.

Ancak gerek CNN, gerekse diğer Amerikan televizyon kanalları savaşın yana olan bu görüntüyü yorumcuları ve konuklarıyla dengelemeye çalışıyorlardı.

Türk televizyonu ise sadece görüntüleri aktarmakla yetiniyor ve yazılı basında köşe yazarları ve yorumcuların üstlendiği türden frenleyici bir öğeden yoksun bulunuyordu.

—Türk basını ve televizyonuna biraz haksız davranmıyor musunuz?

—Evet, bazı gazetelerimiz ve TRT olay yerine gazeteci ve kamera ekipleri gönderdiler. Ancak elde edilen sonuçlar hiç doyurucu olmadı. Giden Türk muhabirlerinin hemen hiçbiri Arapça konuşmuyor, ya İngilizce konuşan kaynaklara ya da doğrudan Amerikalılara dayanmak zorunda kalıyorlardı.

Türk gazetecilerinin birkaç değerli istisna dışında, uluslararası olayları izlemekteki deneyimsizliği ve krizin kendine özgü koşulları, Türk halkının bu kriz konusunda Türkiye perspektifinden bilgilendirilmesini büyük çapta önledi.

Irak'taki İngiliz rehaneleriyle ilgili haberleri, görüntü ve fotoğraflarla izleyen Türk okuru ve televizyon seyircisi Irak'taki Türkler'in skibetiyiyle ilgili olarak hemen hiçbir şey öğrenmedi.

—Peki, çare?

—21. yüzyılın bilgi toplumuna hazırlanan Türkiye'nin dünyayı izleme açısından vasatı kırıp atak yapmaya büyük ihtiyacı vardır.

Türk basınının dış haber kaynaklarına bağımlılığının kökleri derinlerdedir. 1970'li yıllara kadar, dış haber yorumcuları

bile Le Monde ya da New York Times gazetesinde okuduklarını neredeyse kelimesi kelimesine Türkçe'ye çevirip yayınlamaktan öteye bir şey yapmazlardı.

Oysa bugün krizleri yerinde izleyebilen becerileri gelişkin. Cengiz Çandar, Mehmet Ali Birand, Hadi Uluengin ve Sedat Ergin gibi meslektaşlarımız var. Öyle sanıyorum önümüzdeki on yıl içinde onlara yenileri eklenecek ve Türkiye Ortadoğu, Balkanlar, Kafkasya sağ ayağının ortasındaki kritik konumuyla önem kazandıkça, dünyada olup bitenleri Türkiye perspektifinden işlemenin önemini toplumun tüm etkili kesimleri kabul edecektir.

—Türk basını bu ihtiyacın farkında mı?

—Türk basını teknolojik açıdan geri kalmanın kabul edilemez olduğunu biliyor. Eleman, personel açısından ise öğrenmişe doğru gidiyor.

Gelişme halen basının aleyhine. Türkiye'nin yetiştirdiği en parlak potansiyel gazeteciler Babıâli'nin içinde bulunduğu keşmekeş dolayısıyla başka alanları tercih ediyor.

İyi İngilizce ve Fransızca bilen, sosyal bilim mezunu bir genç, ayda bir milyon lira maaşla, bir gazetenin Dış Haberler Servisi'nde redaktör-muhabir olmak yerine, dış ticaretle uğraşan bir şirketin pazarlama bölümünde 4 milyon lira maaşlı bir eleman olmayı tercih ediyor.

Nasıl Anadolu'daki bazı üniversiteler, en parlak öğrenciler diğer üniversiteler tarafından paylaşıldıktan sonra geriye kalan kişilerle yetinmek zorunda kalıyorlarsa, ekonomik bunalımı bir türlü aşamamış olan yazılı basın da, vasat ve vasat altı elemanlarla yetinmek zorunda kalıyor. Dahası da var. Yetmişmiş bazı nitelikli elemanlar, iletişim sektöründeki genişlemeyen yararlanarak, gazeteciliği bırakıp, halkla ilişkiler, reklamcılık, televizyon, tanıtım danışmanlığı gibi alanlara kayıyorlar.

Dış Haberler

Video-kaset üretimi ve satışları hızla gelişiyor

Video aracı üretiminde Amerika 12,5 milyar araçla başta geliyor

Amerika'da video kaset üretiminde geçen yıl çok büyük gelişmeler oldu. 1989'da 13 milyon kaset satıldığı belirtiliyor. Bu satışlardan elde edilen gelir ise 2 milyar dolar. 1990'da satışlarda % 32 oranında bir artış bekleniyor.

Video kasetlerde ele alınan konularda da çok zengin bir çeşitlilik görülüyor. İşte bunlardan bazı örnekler: Tenis nasıl oynanır? Boşanma yöntemleri; homoseksüel çiftlerin ayrılmalarında izlenecek yollar; uykusuzluk nasıl giderilir? Çiçek buketi nasıl hazırlanır? Vergi beyannameleri nasıl doldurulur? İyi bir konuşma yapmanın yolları; zayıflama rejimleri; yemek tarifleri; Çin yemekleri; Meksika, İtalyan, Japon, Yunan ve Fransız mutfağı; kurbağa bacağı, nasıl kızartılır? Soğan çorbası nasıl hazırlanır? Yoga dersleri.

Yalnız Las Vegas'ta 15.000 firmanın video kaset ürettiği belirtiliyor. Bunların en ünlüleri Lorimar, Tri Star, Vestron, New World, HBO, Paramount, Orion ve CBX/FOX firmaları.

Video-kaset satışları bütün ülkelerde gelişiyor

Son yıllarda bütün ülkelerde video sayısında büyük artışlar görülüyor. Artışların en yüksek olduğu ülkeler şunlar: 1987'den 88'e:

Zimbabve % 42, İtalya % 40, Bulgaristan % 39, Arjantin % 38, Barbados % 34, Macaristan % 33, Kosta-Rika % 32, Yunanistan % 30, Avusturya % 30, Sovyetler % 28,5, Salvador % 28, Fransa % 26.

Evlerinde televizyon olanların birçoğu video da satın alıyorlar. Televizyonlu evlerdeki video oranı da şöyle: Kuveyt % 78, Japonya % 70, Katar % 68, Lübnan % 65, Bahrein % 64, Hong-Kong % 66, Avustralya % 62, İngiltere % 60, Amerika Birleşik Devletleri % 59, Kanada % 58, İsrail % 56, Federal Almanya % 51, Yeni Zelanda % 52, Hollanda % 49, Fransa % 38, Finlandiya % 38,

Türkiye % 34.

Video aracı üretiminde Birleşik Amerika 1988'de 12,5 milyar araçla başta geliyor. Boş video-kaset satışı da aynı yıl 290 milyona ulaşmış.

1986'da çeşitli ülkelerde satılan ya da kiralanılan video-kaset başlıklarının sayısı da şöyle: Amerika 40 bin, Filipinler 20 bin, Japonya 12 bin, İsviçre 8 bin, İngiltere 8 bin, İspanya 8 bin, Fransa 7 bin, İsveç 6 bin, Federal Almanya 5 bin 500, Belçika 5 bin 300, Avusturya 5 bin, Norveç 4 bin 500, Finlandiya 4 bin 400, Hong-Kong 4 bin, Yunanistan 3 bin, Yeni Zelanda 3 bin, Türkiye 2 bin (1984).

Fransa'daki video aracı sayısı 1989'da 8 milyona ulaşmış. Bu sayının 1990 sonunda 10 milyona yükselmesi bekleniyor. Evlerinde videosu olanların 9/40'ü bu aracı henüz doğru dürüst kullanmasını bilmiyormuş. Dışarıdan kaset kiralayanların oranı % 50 kadarmış. Fransa'da video pazanının 1989'daki iş hacmi, 1,2 milyar frankmış. Kasetler bir yandan 1600 video klüpte satılıp kiralanyormuş, bir yandan da büyük marketlerde.

Video kaset satışlarında geçen yıl 130 binle Coluche'nin bir filmi ile Taureau Bravo adlı bir film çekmiş. "Best of des Nuls" adlı filmde 87.000 satış yapmış.

Amerika'da 1988'de film satışlarının % 46,5'i videodan elde edilmiş, % 30'u sinemalardan, % 10'u da televizyondan

İşyerleri-Gazeteci ilişkileri

İşyerlerinde iletişim son yıllarda gelişmiş ülkelerde çok büyük önem kazandı. Bu konularda yüzlerce kitap yayımlandı. İşyerlerinde iletişimin nasıl düzenlenmesi ve geliştirilmesi konusunda da her yıl birçok toplantı, konferans ve seminer düzenleniyor. Bunların sonuncusunda geçen Eylül'de Deauville'de yapıldı. Konu işyerlerinin gazetecilerle ilişkilerinin geliştirilmesi idi.

Toplantılarda üzerinde en çok durulan konu gazetelerde paralı ilan vermeden bir ürünün ya da bir hizmetin gazetyelerde nasıl yazdırılabileceği idi. Bu konuda görüşlerini açıklayanlar paralı ilan yerine gazetecilere bedava reklam yaptırmanın da birçok masrafları gerektirdiğini belirttiler. Örneğin, işyerlerinin sık sık kokteyller düzenlemesi, gazetecilere ücretsiz geziler ayarlaması, hediyeler alması ve çeşitli yollarla çıkarlar sağlama gereği üzerinde durdular.

Yeni Bir Avrupa Gazeteciler Federasyonunun kurulması isteniyor

Avrupa'da Uluslararası Gazeteciler Federasyonu FIJ ile Uluslararası Gazeteciler Örgütü OIJ'nin dışında yeni bir Avrupa Gazeteciler Federasyonu'nun kurulması için bazı girişimler yapıyor.

Merkezi Prag'da olan OIJ'nin geçen Ocak sonunda Lizbon yakınlarında Estorille'de yaptığı Başkanlık Divanı (Présidium) toplantısında bu konunun Portekizli ve İspanyol temsilciler tarafından ortaya atıldığı ve sert tartışmalara yolaçtığı bildiriliyor. Başkanlık Divanı bu konuda bir tasarının hazırlanması için bir komite oluşturmuş. Öneri Malega'da düzenlenecek bir toplantıda görülebilecektir.

Bunun yanı sıra da Finlandiyalı temsilciler de FIJ ile OIJ'nin yavaş yavaş birleştirilerek tek bir örgütün kurulmasını istemişler. Bu öneri geniş

Mediaların inandırıcılığı

Fransa'da Medias-Pouvoirs dergisi ile La Croix gazetesinin yaptıkları bir kamuoyu araştırmasına göre halk iletişim araçlarına şu oranlarda inanıyor:

1987'de %49

1988'de %51

1989'da %54

Ankete yanıt verenlerin % 55'i basın gerçeği aşağı yukarı doğru yansıtıcı kanısında. Radyoya inananların oranı % 63, televizyona inananların oranı ise % 65.

Gazetecilerin tutumları konusundaki sorulara verilen yanıtlardan ise şu sonuçlar çıkıyor. Halkın % 59'u gazetelerin bağımsız olmadığı ve siyasal partilerle itidarin ve parasal güçlerin etkisinde kaldıkları kanısında. Gazetecilerin gerçekten bağımsız olduklarına inananların oranı ise sadece % 29.

AFP 13 milyon frank zararda

AFP'nin 1989 yılı hesaplarını inceleyen yönetim kurulu ajansın geçen yılı 20,5 milyon franklık bir zararla kapattığını saptamış. Ajansın 1990'daki açığı ise şimdiden 13 milyonu aşmıştır.

Fransız hastanelerinde iç iletişim diploması

Fransız hastanelerinde iletişim konularının daha etkili bir biçimde ele alınması amacıyla üniversite çerçevesinde bir "Hastane iletişimi eğitimi" düzenleniyor. Hastane personeline açık olacak olan bu eğitim sekiz ay sürecek ve başarılı olanlar bir "hastane iletişimi üniversitesi diploması" elde edecekler.

Eğüilecek konular arasında hasta-doktor ilişkileri, hastane içi iletişim gibi sorunlar yer alıyor. Yeni program ilk olarak bu yıl Paris'te Necker hastanesinde, Paris V Üniversitesi'nin yönetiminde uygulanacak.

Yeni tip televizyonlar

Teknolojik gelişmelere uygun olarak bütün ülkelerde yeni TV alıcılarının üretimine başlanıyor. Fransa'da bunlar yıl başında satışa çıkartılacak. Şimdiki televizyonlarda uzunlukla yüksekliğin oranının 4/3 olması karşılık, yenilerde bu oran 9/16 olacak. Yani, ekranlar panoramik sinema ekranları gibi uzayacak. İzleyiciler diledikleri ölçüde zoom yaparak çerçeveyi daraltabilecekler. Dilerlesre ekranlarının köşelerinde de öteki yayınları izleyebilecekler. Yeni alıcılar hem PAL, hem SECAM ve NTSC yayınlarının izlenmesine elverişli olacak. Alıcıların fiyatının yaklaşık 30 bin frank, yani 17 milyon TL olacağı belirtiliyor.

tepkiler yaratmış.

Başkanlık Divanı toplantısında gündeme getirilen çok önemli bir konu da OIJ'nin Prag'daki durumu olmuş. Çünkü OIJ'yi konut eden Çekoslovak Gazetecileri şimdiki ölkeye egemen olan siyasal havaya uygun olarak yeniden örgütleneceklermiş. Eski komünist yöneticilerin görevden ayrılmalan ve liberal bir kadronun iş başına geçmesiyle OIJ ile ilişkilerin ne olacağı merak ediliyor. Öteki sosyalist ülkelerde de gazeteci sendikalarındaki yöneticiler değişecek olursa OIJ'nin yeni bir örgütlenmeye gitmesi söz konusu olacak.

OIJ gelinin bir bölümünü üye derneklerden sağlıyordu, bir bölümünü de Çekoslovakya'daki Interpres adlı basın ve yayıncılık örgütünden.

Diş Haberler

Her türlü sigara reklamı 1993'te yasaklanacak

Sigara ve İçki reklamlarının yasaklanmasına karşı direnişlere geçildi.

Avrupa Parlamentosu üye ülkelerde sigara tüketimini azaltmak için geçen Martta bazı kararlar aldı. Konu her şeyden önce kanserle savaş açısından ele alınmıştı. Avrupa Parlamentosu bu iş için 90 milyon dolara yakın bir para ayırdı.

Önerilerin başında şunlar geliyordu: Okullarda ve hastanelerde kesinlikle sigara içilmemesi; televizyonlarda sigaranın zararlarını belirten spotların ücretsiz yayınlanması ve en önemlisi sigara reklamlarının yasaklanması.

Sigara katran oranının da sınırlanması ele alındı. 12 Avrupa ülkesinde katran oranının paketlenin üzerine yazılması, bu oranın 1993'te 15 miligram, 1998'de de 12 miligram düşürülmesi kararlaştırıldı.

Bu karardan Fransa'da Gitanes ve Gauloises sigaraları için kara tütün üreticilerinin zarar göreceği anlaşılıyor. Fransa'da kara tütün üretiminin oranı % 60'tır. Bunun yerini daha hafif sarı tütün alacak. Tütün üretimi sınırlanırken devletler üreticiye prim ödeyecekler.

Tütün yüzünden yalnız Fransa'da 6 bin kişinin zamansız öldüğü belirtiliyor. Fransızlar bunu önlemek için ilk iş olarak televizyonda sigara reklamlarını yasaklamışlardı, sonra da 1987'de yine televizyonda alkol reklamlarını yasakladılar.

Avrupa Parlamentosu'nun bu kararlarından sonra Fransız Sağlık Bakanlığı her türlü alkol ve sigara reklamlarını yasaklamaya yöneldi. Yani, yalnız TV'de değil, gazetelerde, dergilerde, sinemalarda ve afişlerde de alkol ve sigara reklamlarının yasaklanması için kademeli önlemler alınmaya başlandı. Reklam firmaları kıyametleri kopardılar.

Bunun ulusal çapta büyük zararlara yol açacağı öne sürüldü.

1989'da iletişim araçlarındaki reklam harcamalarının tutarı 321 milyon frankmış. Bunun 227 milyonu dergilere gitmiş, 45 milyonu sinemalara, geri kalanı da günlük gazetelere.

Aynı yıldaki içki reklamlarının tutarı da şöyle: Toplam 1.462 milyar frank. Bunun % 43'ü baskıya ayrılmış, % 2'si afişlere, % 15'i radyolara, % 7'si sinemaya, % 1'i de bölgesel baskıya. Baskıya düşen paydan dergilerin geliri ise 60 milyon frankmış.

"Cuisine et Vins de France" gibi dergilerin bu durumda kapanacakları anlaşılıyor.

Bazı reklam ajanslarında çok güç durumda kalacakları belirtiliyor. Örneğin Martini reklamını yapan mac Cann Erickson firmasının, Winston ve Jack Daniels viskilerinin reklamını yapan Walter Thomson'un, Heineken ve 33 Export biraları ile Jand B viskisinin reklamını yapan Publicis'in durumu üzerinde duruluyor.

Bunların yanı sıra Fransa'da 1 Ocak 1993'ten başlayarak dolaylı dolaysız her türlü sigara reklamı yasak edilecek. Sigara firmaları yarışmalar ve kültürel geceler de düzenleyemeyecekler. Sigara fiyatlarına da 1 Ocak 1991'de % 15 oranında zam yapıyor. Bu önlemler sigara düşmanlarını çok sevindiriyor ama, reklam firmalarında bunalımlara yol açıyor.

Her yerde sigara ve içki reklamlarının yasaklanmasına karşı reklamlar direnişine geçiyor ve hükümetlere büyük güçlükler çıkartıyorlar. Avrupa Topuluğu çerçevesi içinde son yıl içinde bunun büyük örnekleri görüldü. Fransa'da sigaraya savaş açanların başında, bundan 15 yıl önce bu savaşı başlatan o zamanki Sağlık Bakanı Bn. Simone Vell yer alıyor.

Simone Vell Ekim ayında Le Monde gazetesinde yayınlanan bir söyleşide reklamların bu konudaki direnişlerini özetle şöyle anlatıyor:

-15 yıl önce bu savaşı başlattığı zaman birçok kimse sigaranın sağlığa verdiği zararların kafein olmadığı söyliyordu. Bugün artık sigaranın zarar vermediğini kimse söylemeye cesaret edemiyor.

Bir de şunu söylüyorlardı: Sigara reklamları sigara içimini arttırmaz, sadece sigara içenlere yeni seçimler sunar. Oysa reklamların sigara içimini artırdığı görüldü. Reklamlar insanları sigara içmeye yönlendiriyor. Reklamlara bakın: Hep sigara içen güçlü kuvvetli sporcular, sağlıklı insanlar. Ben anlamıyorum, amaç tüketimi arttırmak değilse, neden bu kadar masraf edilir? Her şeye karşın Avrupa Parlamentosu 1991-1995 dönemi için büyük bir çoğunlukla sigara reklamlarının bütün üye ülkelerde yasaklanması kararını aldı.

Sağlık bakanı olduğum surlarda Fransız sigara Tekeli SEITA bana karşı çok saldırgan bir tutum aldı, reklamların yasaklanmasının yabancı sigara firmalarının işine yarayacağına öne sürdü. Sonra baktım ki SEITA'nın bu kampanyasının ardında reklamlar varmış. Sigaranın zarar vermediği yolunda çıkan yazıları onlar hazırlıyorlardı. Bereket Cumhurbaşkanı bunlardan etkilenmedi.

Bazı çevreler hiç değilse otomobil yarışlarında sigara reklamlarının görünmesine engel olmamızı istedikler. Sosyalist parti içinden de bu direnişleri destekleyenler vardı. Ama o zamandan beri koşullar çok değişti. Halkın baskısı ağır bastı. Milletvekilleri artık reklamların çıkarılmasını savunacak durumda değiller.

Amerika'da ve Batı Avrupa'da basın reklam gelirleri azalıyor

Batı ülkelerinde gazeteler reklam gelirleri bakımından bunalımlı bir dönem geçiriyorlar. Her şeyden önce Birleşik Amerika'da endüstri gelişmesinin durgun bir döneme girmesi bunalımın önemli bir nedeni olarak gösteriliyor. Amerikan endüstrisindeki gelişme hızının 1990'da % 1-2'ye düşmesi reklamların korkutuyor. Reklam ajansları ve gazeteler ve dergiler çeşitli alanlarda masrafları kısalmaya yöneliyorlar.

Günlük gazetelerin tirajlarında genel bir düşüş var. Boston Phoenix, Chicago Reader ve New Times gibi yeni bir tür seçenek haftalık gazetelerin günlük gazetelere darbe vurdukları anlaşılıyor. 18-35 yaşlarındaki gençler bu gazeteleri sanat yazıları ve küçük ilanları için okuyorlar.

Bunun yanı sıra radyolar ve kablo televizyon şebekeleri de geniş ölçüde reklam aldıkları için günlük gazetelerin reklam gelirleri azalmış oluyor.

Bazı firmalar media'lara reklam vermektense, doğrudan pazarlama, promosyon, kamusal ilişkiler yolları ile satışlarını arttırmaya çalışıyorlar. Reklam gelirleri bu yüzden azalıyor.

İngiltere'deki durum da parlak değil. Reklamcılık yatırımlarının 1990'da % 1,8 oranında olmuştur. Reklam gelirlerinin de % 5 oranında azalacağı bildiriliyor. Küçük ilanlarda, ev, apartman ve arsa satış ve kiralamadaki durgunluk da buna neden oluyor. Bu alanda 50 oranında bir düşüş bekleniyor.

İtalya'da da durum aynı. Reklamcılık yatırımlarının % 2 oranında düşeceği anlaşılıyor. Körfez olaylarının bu durumu etkilediği öne sürülüyor.

Elektronik alanda Avrupa geriliyor:

İngiltere'nin en büyük elektronik firması ICL'i Japonların satın alacakları açıklanmış. ICL şimdiye kadar İngiltere'de başı çekiyordu. Fransa'da Bull, İtalya'da Olivetti, Almanya'da Siemens ne ise ICL de o idi. Fujitsu firmasının ICL'i alması kesinleşirse, Avrupa'da elektronik endüstrisi büyük bir darbe yemiş olacak. Avrupa firmaları arasında çeşitli alanlarda işbirliği olduğuna göre şimdi Japonlar da Avrupa işlerine karışmış olacaklar. İngiltere'nin bilimsel araştırma çalışmaları da etkilenmiş olacak. Bn. Teatcher hiçbir tepki göstermedi. Eski başbakan belki de Japonlar'ın Avrupa'da 18.000 İngiliz işçi ve uzman kullanarak Avrupa'ya haklarını elde etmiş olduklarını ileri sürecek.

Avrupa firmaları zaten sıkıntı içindeler: Philips (Hollanda) zararda. Bull (Fransa) da öyle. Olivetti güçlü bir ortak arıyor. Nixdorf firması Siemens ile işbirliği olanaklarını araştırıyor. Silah endüstrisinde de durum kötü. Doğu-Batı yak-laşması üzerine Thomson ve British Aerospace firmaları güç duruma düşmüşler.

Şimdiye kadar Japonlar Avrupa'da entegre devreler ve bilgisayarlar rekabet olanaklarını genişletmekle yetinmişlerdi. Oysa şimdi ön planda bir rol oynamaya hazırlanıyorlar. Amerikalılar ise kendi içlerinde örgütlüyorlar.

Fransızlara göre Amerika ile Japonya arasında bir seçim yapmak gerek. Bazı kimseler Japonlar'ın ne ölçüde yıkıcı olacaklarını düşünerek Amerikalılar'la işbirliğini öneriyorlar. Şansölye Kohl'un da bu tutumda olduğu açıklıyor. Oysa bu durumda yaratacağı tehlikeler az değil. ICL 1981'de Fujitsu ile teknolojik alanda işbirliğine girişmişti, yutuldu. Şimdi öteki firmalar IBM ile işbirliğine giderlere ne olur? Fransızlar bunu tükiden korkan tavanın kurtla anlaşmasına benzetiyorlar.

Birçok uzmanlar da Avrupa'nın başka ülkelerin yardımlarına başvurmadan başının çaresine bakmasını istiyorlar. 12'ler 5 yılda yaptıkları girişimler sonucu elektronikteki düşüşlerini durdurmuş gibi görünüyorlar.

20 yıllık bir gerilemeden sonra 12'lerin dünya çapındaki elektronik üretimindeki payları % 21'de (1981) % 22'ye yükseldi. (1988). Bu sonuç Avrupalıların işbirliğinin başarısını sayılıyor.

Eğer ICL Fujitsu'nun eline geçecek olursa İngiltere'de bu alanda başka şey kalmayacak. İngilizler İkinci Dünya Savaşı'ndan az önce Radar'ı bulmuşlardı, ilk bilgisayarları da savaşın hemen sonra Amerikalılar'la aynı zamanda buldular.

Enformatik alanında ICL'den önce İngiltere'de Apricot vardı, mikro-bilgisayar üretiyordu. Geçen Nisanda Apricot'yu Mitsubishi satın aldı.

Başka alanlarda da durum pek parlak değil. Askeri elektronik alanında Racal, İngiliz Matrası ve British Aerospace var ama bu sonucun firma Rover otomobil endüstrisinin sahibi olduğu için oradan destek alıyor. Rover'in hisselerinin % 22'si Honda'nın elinde. İngiltere'de elektronik ve otomobil endüstrisi Japonlar'a teslim olma yolunda.

Dış Haberler

Sovyetler Birliğinde bağımsız radyolar

Sovyetler Birliğinde B-COM adlı bir Fransız ortaklığının katılımı ile M-Radio adlı bir radyonun kurulması için çalışmalar yapıldığı bildiriliyor.

Sovyet Telekomünikasyon Bakanlığı'nın girişimiyle kurulan bu radyo günde 24 saat müzik ve gençlik ağırlıklı bir yayın yapacakmış. B-COM firmasının başkanı Pierre Bellanger bu radyonun Sovyetler Birliği'ndeki müzik akımlarına geniş ölçüde yer vereceğini söylemiş.

Sovyetler Birliği'nde radyo ve televizyon yayınlarını yöneten Gostelradio kurumunun M-Radio ile hiçbir ilişkisi olmadığı belirtiliyor. Ülke çapındaki radyo-televizyon örgütü Gostelradio ile Sovyet Telekomünikasyon Bakanlığı, yani Sovyet PTT arasında, bizimkine benzer bir sürtüşme ortaya çıkmış gibi görünüyor.

Polonya'da ilk özel radyoyu Hersant kuruyor

Fransa'nın ünlü basın tekelleşicisi Robert Hersant ile Polonyalılar arasında imzalanan bir anlaşma gereğince Radio Malopolska Fun adında bir özel radyo kuruluyor.

Solidarnosc sendikası yılbaşından beri Krakovi'de kısa dalga ile bir yayın yapıyordu. Bu radyonun yeni tekniklerle geliştirilmesi için sendikanın yöneticileri Fransızlar'la işbirliği yollarını aradılar. Bu projeyi gerçekleştirmek için de Hersant firmasını seçtiler. Hersant 5 milyon franklık bir yatırım yapıyor. Anlaşmanın imzalandığı gün Krakovi'de büyük bir tören yapıldığı bildiriliyor. Törene hükümet temsilcileri de katılmışlar. Sendikanın yöneticileri yaptıkları konuşmalarda on yıla yakın bir zamandan beri kesintili olarak gizli radyo yayınları yaptıklarını, devlet tekelini yıkmak istediklerini ve Polonya'da gelişmekte olan İngilizce'ye karşılık Fransızca'nın ve Fransız müziğinin desteklenmesi eğiliminde olduklarını belirtmişler.

Fransız radyo uzmanları ise, Polonyalılar'ın bu konuda aldandıklarını, çünkü Fransa'da Hersant'a bağlı olan FUN radyoları programlarında yüzde 80 oranında anglo-sakson müziğine yer verildiğini vurguluyorlar.

Radyoculukta Fransız- Amerikan ilişkileri

Amerikan yayıncılık firması Emmis geçen sonbaharda FM yayınlarına başlayan Maxximum radyosunun hisselerinin % 15'ini satın alarak Fransa'da yenibir girişimde bulundu. Böylece Maxximum radyosunun hisselerinin % 71,2'sine RTL, % 12,9'una Bayard Presse ve % 15'ine de Emmis firması sahip oluyor.

Kamusal Televizyonlar reklama dayanmamalı

Fransız Ulusal Meclis Başkanı, eski başbakan Laurent Fabius kamusal televizyonların reklam gelirlerine dayanmadan yayın yapabilmeleri için yenibir düzen kurulmasını önererek şöyle demiş: "Kültür herhangi bir ticari ürün değildir. Ne kadar güçlü ve yaratıcı olduğu bilinen yayıncılık paramin çemenliğine bırakılamaz. Kamusal sektörle özel sektöre aynı kuralları uygulanamaz. Kamusal sektöre yeni gelir kaynakları bulunmalıdır. Yayınlarda kaliteyi aramak seçkinlere yönelik yayın yapmak anlamına gelmez."

Avrupa Televizyonlarında Haftalık Bir Ortak Program Yayınlanıyor

Fransız, İngiliz, İsveç, Alman, İtalyan, İsviçre ve Macar televizyonları Ekim başlarında haftalık bir ortak program yayınına başladılar. Yugoslav, İspanyol ve Bulgar televizyonları da bu programa katılmak istediklerini açıkladılar.

Bu programın yöneticileri haftada bir Londra ve Paris'te biraraya gelerek işlenecek konuları saptıyorlar. Konular televizyonlar arasında bölüşülüyor, herbir televizyon kendine ayrılan konuyu, dilediği biçimde ele alıp işliyor. Sonra yöneticiler yeniden biraraya gelip bu programları gözden geçiriliyor. Ortak program böylece hazırlanmış oluyor. Amaç Avrupa'nın tarihi üzerine eğilmek değil, Avrupa'nın geleceği ile ilgilenerek, Avrupa'nın ortak sorunlarını çeşitli ülkelerde işleyerek birtakım sonuçlara varabilmek.

Fransa'nın Üçüncü Kanalı'nda bu program ilk kez 3 Ekim'de sabah saat 9'da yayınlandı. Aynı programı öteki televizyonlar değişik günlerde, değişik saatlerde yayımladılar. İlk programda ele alınan konular arasında Avrupa ülkelerinde çingenelerin yaşamı ve sorunları, işsizlik, göçmen işçilerin durumu, turistlerin yarattıkları sorunlar, okula gitmeyen yada gönderilmeyen çocukların eğitimi gibi konular vardı.

Ertesi hafta yayınlanan ikinci programda da Doğu Avrupa ülkelerinden, özellikle Macaristan'dan, Polonya'dan ve Doğu Almanya'dan Batı Avrupa ülkelerine giden yoksul turistlerin

karşılaştıkları güçlükler ele alınmıştı.

Programlar yapımcı televizyon kanalının dilinde yayınlanıyor, alt yazılarla da özetler veriliyor. Ortak Avrupa Programı Avrupa ülkelerini birbirine yaklaştıran çok yapıcı ve ilginç bir program oldu.

Fransız Üçüncü Kanalı bu programın yanı sıra her sabah bir de Avrupa Televizyonlarından Seçme haber Programı yayınlıyor. Aynı olayları çeşitli ülkelerin gözlemleriyle izleyebiliyorsunuz. Örneğin Kudüs'te 21 kişinin öldürülmesiyle sonuçlanan olayı televizyon izleyicileri hem Fransız Televizyonu'ndan gördüler, hem de İspanyol, İngiliz, İtalyan ve Alman televizyonlarından. Bunun gibi birçok uluslararası önemli olaya çeşitli açılardan bakarak değişik bir değerlendirme yapma olanağı elde edilmiş oluyor.

Bazı olaylar da öteki ülkelerin televizyonlarına hiç yansımıyor, dışarda yankı yaratamamış oluyor: Seçmeler programında bunları da izliyoruz.

Bir de şu var, hangi ülkenin hangi konulara öncelik ve ağırlık vermiş olduğunu görüyorsunuz. Bir ülkede birinci haber olarak yayınlanan uluslararası bir haber, başka ülkelerin programında bazen çok küçümseniyor.

Uluslararası iletişimin değerlendirilmesi ve karşılıklı araştırmalar yapılması açısından bu da çok yararlı ve öğretici bir program.

Uluslararası Fransız Televizyonu Kanalı

Canal France International (CFI) denen Uluslararası Fransız Televizyon Kanalı 16 ay içinde Afrika, Ortadoğu ve Doğu Avrupa ülkeleriyle 30'dan fazla anlaşma imzaladı. Fransız Akademisi üyesi tarih araştırmacısı ve romancı ve Fransızca'yı yayma bakanı Alain Decaux'nun yönetiminde geliştirilen bu kanalın amacı adı geçen bölgelerde Fransızca programları yaygınlaştırmak ve Amerikan dizileriyle rekabet etmek.

Fransızlar bu programı Intelset VI uydusuyla yayımlıyorlar. Yayın 6 saat sürüyor. Anlaşmalı ülkeler bu programları içinden seçmeler yaparak bunları ücret ödmeden kendi kanallarıyla ve Fransızca olarak yayımlıyorlar.

CFI bu konuda son anlaşmayı Mısırlılar'la yaptı. Beş yıl için geçerli olan bu anlaşmaya göre Mısır Televizyonu günde bir saat Fransızca yayın yapacak.

Afrika'ya yönelik uydular yayınları

Afrika'ya yönelik uydular yayınları Amerikalılar Worldnet'le başlatmışlardı. Onu Federal Almanya'nın Transtel yayını ile İtalyanlar'ın bir uydular yayını izledi. Derken Fransızlar devreye girdiler, Canal France International (CFI) ile Afrika'ya yöndiler.

Antenne 2 Telecom 1 uydusuyla yayma geçti. Canal Plus Afrique adlı yeni bir yayın başlatıldı. Bunun yanı sıra TFI, Antenne 2, FR 3 adlı kanallar RTBP adlı Belçika kanalı, SSR adlı İsviçre kanalı ve Kanada-Quebec kurumu biraraya gelerek TV5 Afrique adlı bir kanal oluşturdular. Fransız Canal Plus ve TF 1 kanalları Fas'ta Maroc 2 M International adlı özel bir televizyon firmasının kurulmasına katıldılar.

Canal Plus bir yandan da Tunus ve Gabon televizyonlarının geliştirilmesi işine girişti, ayrıca Senegal, Fildişi Kıyısı ve Kamerun televizyon kurumları ile de ortaklık ilişkileri araştırmaya başladı.

Japonlar TV'de yeni atılımlara hazırlanıyorlar

Japonlar uluslararası büyük TV program yapımcılarıyla işbirliği yaparak dünya çapında programlar üretmek için Media International Corporation (MICO) adlı bir ortaklık kurdular. Bütün ünlü Japon firmalarının katılımıyla kurulan bu ortaklığın sermayesi 48 milyon dolarından oluşuyor. MICO Yirminci Yüzyılın Tarihi adlı yüz bölümlük bir dizinin hazırlanması için şimdiden ABC News ile görüşmelere başlamış.

BBC'nin paralı kanalları

Geçtiğimiz mart ayının sonunda İngiltere'de paralı 5 kanalın yayına girdiği bildiriliyor: Movie Channel (sinema), Galaxy (çocuk programları), Sports Channel, NOW (Haberçilik) ve Power Station (müzik). Kanalların beşi de uydu aracılığı ile yayın yapıyorlar.

Çekoslovak televizyonlarında yabancı programlar güçleniyor

Çekoslovakya'da radyo ve televizyon yayınlarına özerklik kazandırmak için bazı girişimler oluyor. Bunun için yeni bir yasa tasansının hazırlandığı bildiriliyor.

Bunun yanı sıra da Fransız-Alman ortak Yedinci kanalının Çekoslovak Televizyonu ile bir anlaşma imzalandığı haber veriliyor. Çekoslovakya'nın Üçüncü kanalı şimdiye kadar Sovyetler Birliği'nin Birinci Kanalını naklen yayınlamış. Bu kanalın şimdi Fransız-Alman Yedinci Kanalını yayınlamasına karar verilmiş. Programlar dublajsız, alt yazısız ve doğrudan yayınlanacakmış. Yedinci Kanalın izlenebilmesi için gerekli alıcıların masraflarını da Fransızlar ödeyeceklermiş.

Çekoslovaklar öte yandan Worldnet, CNN, MTV ve Fransız TV5 Kanalı ile de anlaşmak için girişimlerde bulunmuşlar.

Haberler

İLAD'ın "İletişimde Maxwell-Murdoch Paneli" Geniş Yankılar Uyandırdı

İLAD'ın 1990'da düzenlediği ikinci panelin konusu "İletişimde Maxwell-Murdoch Olayı" idi. Uluslararası iki büyük "Basın kralı" Türkiye'de birtakım etkinliklere girerlerken bu konu iletişim araştırmaları açısından büyük bir güncellik taşıyordu. Panel 29 Eylülde Basın Müzesi'nde toplandı. Salonunda hiç yer kalmaması ilginin büyük olduğunu gösteriyordu. Hıfzı Topuz'un yönettiği panele beş uzman arkadaşımız katıldı: Gazeteciler Sendikası Başkanı Orhan Erineç, Prof. Mesut Önen, Dünya gazetesi yazarı Dr. Haluk Şahin, Cumhuriyet gazetesi Yazışmaları Müdürü Okay Gönensin ve gazeteci Seyfettin Turan.

İLAD Başkanı Hıfzı Topuz yaptığı açış konuşmasında tekelleşmenin iletişim özgürlüğüne aykırı olduğunu vurguladıktan sonra birçok ülkede olduğu gibi bizde de en kısa zamanda tekelleşmelerle karşı yasal sınırların alınması gerektiğini belirtti. (H. Topuz'un bu konuşmasını yandaki sùtumlarda bulacaksınız).

Açış konuşmasından sonra ilk konuşmayı yapan Seyfettin Turan, Maxwell ve Murdoch'un öteki ülkelerde yaptıkları çalışmalar hakkında geniş bilgi verdi, sendikaların gösterdiği tepkileri vurguladı, basında tekelleşmelerin "demokrasinin ön koşulu sayılan çoksesliliği ortadan kaldırdığını belirttiikten sonra kısaca şunları söyledi:

"Şimdiki halde Türkiye tekelleşme döneminin tehlikelerini yaşıyor. Ancak yaşamaması Türkiye'de mediaların bu tehlikelere karşı dokunulmazlığı olduğu anlamına gelmez. Bu tehlikeler çeşitli hak ve özgürlüklere karşı da tehdit oluşturun. Sadece bu toplantı bile tehlikenin yeterince bilinmesi bile hissedildiğinin kanıtı sayılabilir. Fransa'da, İngiltere'de, Almanya'da ve İtalya'da tekelleşmeler ve çapraz ortaklıklar ortaya çıkıverdiğinde düşünülen şaşkınlığı Türkiye'nin de yaşamaması için hiçbir sebep yoktur."

Seyfettin Turan Avustralya'da sendikaların Murdoch'a karşı direnişlerinden somut örnekler verdikten sonra konuşmasını şöyle bitirdi:

"Konuyu ülkeye bir yabancı sermaye geliştiği gibi gören ve liberal ekonomi anlayışı ve uygulamaları çerçevesinde ele alan ve çokuluslu ortaklıkların günümüzde dünya boyutlarında yeni bir yapılanma oluşturdıklarını düşünenlere karşı Maurice Duverger'in şu sözlerini anımsatırız: Basın özgürlüğünün korunması için özel önlemler almak gerekir. Gazeteler yalnız piyasaya koşullarına göre işleyen ekonomik firmalar değildir."

Okay Gönensin

Okay Gönensin Türk basınında yabancı sermaye payının yüzde 30 olduğunu, basının dörtte üçünün de üç büyük grubun tekelinde bulunduğunu söyledi: Gazete satışlarının ve reklam gelirlerinin hiç de parlak olmadığını belirttikten sonra "Niye Türkiye'ye geliyorlar? Para kazanmaları ihtimalleri yok" diye sözlerini bitirdi.

Orhan Erineç

TGS Genel Başkanı Orhan Erineç tekelleşmenin gazetecileri iletişim özgürlüğü, demokrasi ve istihdam açısından ilgilendirdiğini belirtti. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ)'nin bu konuda uzun süreden beri çalışmalar yaptığını ve toplantılar düzenlediğini anlattı.

TGS'nin de bu çalışmaları yakından izlediğini söylediikten sonra iletişim alanında yabancı sermayenin kontrol altında tutulmasından yana olduğunu belirtti.

Haluk Şahin

Haluk Şahin dünyanın büyük bir değişim ve bütünleşme içinde olduğunu belirttikten sonra yabancı sermayenin iletişim sektörü içinde gittikçe genişleyen bir rolü olduğunu söyledi. Yabancı sermayeye karşı değil, tekelleşmeye karşı olduğunu belirten Haluk Şahin, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Bu konuyu yasaklayıcı bir kafayla değil, yarışmacı bir kafayla ele almak gerekir. Ayakta kalabilmek için ne gibi önlemler almamız gerektiğini düşünmeliyiz. Yazışlarının bağımsızlığı için mücadele vermeliyiz."

Prof. Mesut Önen

Son olarak konuşan Prof. Dr. Mesut Önen de konuyu hukuksal açıdan ele aldı ve bugün Türkiye'de iletişim alanında yabancı sermayeye karşı hiçbir yasal düzenlemenin mevcut olmadığını belirtti. Mesut Önen Maxwell ile Murdoch'un birer "kral" değil, "imparator" olduklarını, çünkü iletişim alanında "kral" sayılan birçok kimseyi denetimleri altında bulduklarını söyledi.

Çeşitli sorulara yanıtlayan konuşmacılar iletişimde tekelleşme tehlikesine karşı hiç zaman yitirmeden yasal önlemlerin alınması gerektiğini vurgulayarak sözlerini bitirdiler.

İngiliz Ulusal Gazeteciler Birliği Maxwell'e karşı kampanyaya açtı

İngiltere'nin ulusal çapta güçlü Gazeteciler Sendikası National Union of Journalists (NUJ) Robert Maxwell'e karşı büyük bir kampanyaya açtı. Olay şöyle: Maxwell'in Oxford'da kurduğu Pergamon Basımevi'nde büyük anlaşmazlıklar çıkmış ve çalışanlar 24 saatlik bir grev kararı almışlardı. Grev gösteri niteliğindedeydi, amacı da Pergamon Basımevi'nde çalışan National Union of Journalists üyelerinin haklarını savunmaktı. Maxwell yönetimi bu grev girişimini hiç iyi karşılamadı ve 23 kişinin işine son verdi.

Atılan bu 23 kişi National Union of Journalists'in desyeteğiyle bir direniş kampanyasına başlatıldı. Amaçları yalnız Maxwell değil, Murdoch, Merlusconi, Hachette ve Thomson Organisation gibi çok uluslu ortaklıkların da iletişim dünyasında nasıl bir tehlike yarattıklarını anlatmak ve çalışanların sendikal haklarını savunmaktır.

İngiliz İşçi Sendikaları Birliği (TUC) ve Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) gibi örgütler de Pergamon 23 direnişini ve kampanyayı desteklediler. Maxwell'in ortaklıklar kurduğu bütün ülkelerden sesler yükselmeye başladı.

Maxwell'in gazetecilere karşı tutumu İngiliz İşçi Partisi (Labour Party)'de tartışma konusu oldu. Maxwell İşçi Partisi üyesi ve milletvekili olduğu için parti bu konunun üzerine eğildi. Maxwell bir yandan partinin organı sayılan Daily Mirror'un sahibi olduğu için, öte yandan da partiyi parasal yandan büyük ölçüde desteklediği için güçlükler ortaya çıktı. Bazı milletvekilleri Maxwell'i karşılarına almak istemediler. Ama yine de Parlamentodan 154 işçi milletvekili Pergamon'da işlerine son verilen 23 kişinin haklarını savunan bir bildiri imzaladılar.

Bunun yanı sıra Maxwell'in partiyi kayıtlı olduğu Doğu Oxford örgütü de büyük basın patronuna karşı bir kovuşturma açılmasını ve gerekirse kendisinin partiden çıkarılmasını istedi.

İngiliz Ulusal Öğrenciler Birliği (National Union of Student) de Pergamon 23 olayı çözümlenmeye kadar Pergamon Press'te basılan okul kitaplarını boykot kararı aldılar. Maxwell yayımlarını boykot kararına Scottish Association for Higher Form of Education, Association of University Lecturers ve Scottish Teachers' Union gibi öğretmen örgütleri de katılıyor.

Maxwell Doğu Avrupa'da ve Sovyetler Birliği'nde

Robert Maxwell son dönemde Doğu Avrupa ülkelerinde büyük etkilerle girişti ve imparatorluğunun sınırlarını gittikçe genişletti. Maxwell'in Doğu Avrupa'daki başlıca girişimleri şunlar:

Macaristan'da:

Macaristan'daki rejim değişikliğinden sonra gazeteciler güç durumda kalıp panığe kapıldılar. Kağıt bunalımı ve fiyat yükselmeleri de burcklenince gazeteler dışardan yardım aramaya başladılar. Hükümetin organı olan Magyar Hirtlap gazetesi bile bu duruma düştü ve Maxwell'e pazarlıklara girişti. Sonunda gazetenin hisselerinin % 49'unu Maxwell satın aldı.

Bunun yanı sıra Maxwell Budapeşte'nin ünlü akşam gazetesi Esti Hirtlap'ı da almak için girişimlerde bulundu ama, anlaşmaya varılmadı. Maxwell öce yandan European gazetesinin Macarcasını 1990 sonunda yayınlamak için hazırlıklar yapıyor.

Çekoslovakya'da:

Rejim değişikliğinden sonra Çekoslovakya basını büyük bunalımlar geçirdi. Komünist Partisi'nin organı olan Rudo Pravo'nun tirajı bir milyondan yarım milyona düştü. Buna karşılık o dönemde kadar gizli basılıp satılan ayık Lidove Noving gazetesi geçen Nisan'da günlük oldu, tirajı yarım milyona yükseldi. Maxwell bu gazeteyi almak için girişimlerde bulundu ama, gazetenin yöneticileri buna yanaşmadılar.

Bulgaristan'da:

Maxwell'in Bulgaristan'la yakın ilişkiler kurmak için özen gösterdiği görülüyor. Basın imparatorununbu ülkede yaptığı ilk iş Nisan 1990'da imzaladığı bir anlaşmaya 20 milyon dolarlık bir yatırım girişimi oldu. Bu para St. Cyril and Method Vakfı aracılığı ile kullanılacak. Vakıf çeşitli yayımlarla ve eğitim işleriyle ilgilenecek. Bir de Baymex adlı bir proje var. Maxwell Communication Company bu proje aracılığı ile yeni yatırımlar planlıyor.

Maxwell ayrıca 70 Bulgar filmi satın aldı.

Bunları kendi yayımlarında kullanacak. Maxwell 1990 seçimleri sırasında da muhalefeti desteklemek ve seçim kampanyalarında kullanılmak üzere 1000 tonluk bir kâğıt bağışında bulundu.

Bunların yanı sıra Maxwell İkinci TV Kanalı BTV 2'nin de hisselerinin yarısını satın aldı.

Doğu Almanya'da:

Maxwell Komünist Partisi'nin organı olan Neues Deutschland'ı ve Berliner Zeitung'u basan Berliner Verlag yayınevinin hisselerinin % 50'sini yine kendi kontrolünde olan Gruner und Jahre adlı çokuluslu Federal Almanya ortaklığı ile ele geçirdi.

Sovyetler Birliği'nde:

Maxwell Sovyetler Birliği yöneticileriyle yakın ilişkiler kurdu. Sovyet Kültür Vakfı ile anlaşarak 1988'de Our Heritage adlı derginin ortak olarak yayını üstlendi.

Ayrıca Şubat 1990'da Pravda gazetesi ile de karşılıklı bir işbirliği anlaşması imzalandı.

Haberler

İletişimde Murdoch-Maxwell olayı

Hıfzı TOPUZ

Çokuluslu ortaklıkların iletişim alanındaki etkinlikler İLADY kurulduğu günlerden beri çok ilgilendiriyordu. Geçen yıl önce Basında Tekelleşmeler olayını ele aldık, bir kitap yayınladık. Asıl Nadir grubunun birkaç gazeteyi birden satın alması elbette üzerinde titizlikle durulacak bir olaydı. Bu nedenle yalnız Türkiye'de değil, belli başlı tüm ülkelerdeki tekelleşme olaylarını inceledik.

Her ülkede yasa koyucular, partiler, sendikalar, gazeteci örgütleri çokuluslu ortaklıkların bu ölçüde güç kazanması karşısında ilgisiz kalmıyor, basın özgürlüğünün ve gazete haklarının korunması ile birlikte halkın doğru haber almasını, iletişim haklarını, demokraside iletişim ilkelerini savunmak için önlemler alınmasını istiyorlar.

Biz de bazı önlemler getirdik. Şunları söyledik:

—Tekelleşmelerin Türkiye'de ulaştığı boyutların, yaratacağı sorunların meslek örgütlerine ayrıntılı bir biçimde incelenmesini istedik;

—İletişimlerin bu konuda çalışmaları yapmasını önerdik;

—Yalnız basında değil, radyo ve televizyon yayıncılığında da çokuluslu ortaklıkların etkinliklerinin izlenmesi gerektiğini söyledik;

—Tekelleşmelerin sınırlandırılması için Almanya'da, İngiltere'de, Fransa'da ve İtalya'da çıkarılan yasalardan örnekler getirilerek önlemler alınmasını istedik;

—Bir tekel grubunun yayınladığı ya da denetimi altında bulundurduğu günlük ya da haftalık gazetelerin tirajlarının o ülkedeki tiraj toplamıyla oranlı olarak bazı sınırların konmasını istedik. Örneğin bu oran : 25' i ya da % 30'u geçmesin dedik;

—Basında bu sınırları dayanan bir tekel grubu Radyo-TV alanında ortaklıklar kurmaya kalktığı zaman yine bir takım ölçütlerin uygulanmasını önerdik.

Şimdi de Maxwell-Murdoch olayını ele alıyoruz.

Niçin yalnız Maxwell ve Murdoch? Çünkü Türkiye'de yalnız bu iki iletişim devinin adı güncelleşti de ondan.

Olaya iki açıdan bakılabilir. Birincisi basın ve yayıncılık, yani iletişim düzeni bakımından Biz Basında da, Radyo-TV alanında da tekelleşmelere karşı sınırlar konmasından, düzenlemeler yapılmadan kapılarımızın çokuluslu ortaklıklara açılmasına karşıdır.

Önce sınırlar saptanır, bir ortaklığın elinde bulundurabileceği gazetelerin tirajının ülkedeki toplam tirajın en çok yüzde kaç olabileceği belirtilir, gazetelerin satışına ancak ondan sonra yeşil ışık tutulur.

Yalnız günlük gazeteler için değil, dergiler için de bu tür oranlar saptanır.

Basında Tekelleşmeler kitabının sonunda şöyle demiştik:

"Türkiye'de şimdiye kadar ne Murdoch vardır, ne Maxwell, ne Hersant, ne Hachette, ne de Bertelsman. Basın henüz çokuluslu ortaklıklarına etki alanı dışındadır. Ama, yarın ne olacağı belli olmaz. Bu ortaklıklar nasıl başka ülkelerde ulusal çapta örgütlerle ilişkiler kurup onları kendi denetimleri altına almışlarsa, Türkiye'de de eğer hiçbir önlem alınmayacak olursa böyle olacaktır..."

Bakın daha bir yıldıçmeden Maxwell'de geldi, Murdoch da.

Yayıncılık alanında da aynı duruma tanık oluyoruz. Murdoch geldi, TRT ile Üçüncü Kanal üzerinde pazarlıklar yapıldı ve bir anlaşma

oluşturuldu.

Biz bunun çok yanlış olduğu kâşınıdayız. Varılan anlaşma TRT ile Murdoch arasında bir program alışverişi gibi gösterilebilir. Devlet Tekeli kaldırılmış değildir, yayım yine TRT yapmaktadır. Her şey TRT'nin denetimi altındadır denebilir. TRT'nin çeşitli firmalardan program almakta özgürse, Murdoch'tan da diletiği ölçüde program almaktadır denemez mi? Yani, yasal bakımdan bir formül bulunması yoluna gidilmiştir.

Ama, gerçekte durum hiç de öyle değildir. Olay Murdoch'a bir imtiyaz verilmesi niteliğindedir.

Neden Murdoch da başka ortaklıklar değil? Buna kolay kolay yanıt veremezsiniz.

Önce İmtiyaz Koşullarının Saptanması Gerekir

Başka ülkelerde kamusal bir yayım kurumu böyle bir imtiyaz veremez. Anlaşma koşullarının Radyo-TV'ya da Yayıncılık Yüksek Kurulu'nda enine boyuna tartışılması gerekir. Koşulları üst düzeydeki yansız ve bağımsız kurul saptadıktan sonra Yayın Kurumu, yani TRT bunu uygular ya da uygulamaz.

Koşullar açıklanır, yurt içinden, ya da dışından firmalar projeye adaylıklarını kollar, kendi koşullarını bildirirler, en elverişli öneriyi getiren firma ile önce pazarlıklar yapılır, sonra da anlaşma imzalanır.

Bizde hiç de böyle yapılmamıştır. Murdoch doğrudan doğruya Cumhurbaşkanı ile konuştuktan sonra TRT ile sorunu çözümlenmiştir.

Kim çağırmıştır Murdoch'u? Neden Murdoch da, başka ortaklıklar değil? En elverişli koşulları Murdoch mu getirmiştir?

Ya bizde özel TV yayımlarını başlatmak için uzun süredir hazırlıklar yapan firmalar? Onlardan hiç teklif alınmamış mıdır?

Murdoch bir yapımcı firma da değildir. Kendi kanallarında kullandığı programların büyük bir bölümünü başka firmalardan alır. Demek ki, bize de başka firmaların yapımları gelecektir. Zaten yıllardan beri biz böyle yapıyor muyduk? Şinde 3. Kanalı Murdoch'un aracılığı ile yayınlatacağız.

Ortada şöyle bir hesap var. TRT kimseye kanal imtiyazı vermeden yayım 24 saat doğrudan kendisi yapacak olursa, yabancı yayınlara ne öder? Saat başına 2.200 dolar günde 52.800 dolar. Bilmediniz bu para günde 70.000 dolar olsun. Yani, bu iş günde yaklaşık 200 milyon liraya çıkar.

Böyle bir program dünyanın reklamını getirir. Reklamcılar böyle bir kanalın günde 600 milyon lira reklam geliri sağlayabileceğini belirtiyorlar.

Demek ki, programlara günde 200 milyon lira ödenirse ve reklamlardan da 60 milyon lira sağlanırsa TRT'nin kazancı 400 milyon liradır. TRT 3. Kanalın imtiyazını Murdoch'a vermekle bu potansiyel kazanç olanağını yitirmiş demektir.

Bir de şu var, 3. Kanal çok çekici olacağı için öteki kanalların reklamları da bu kanala kayacak ve çokuluslu bir ortaklık TRT'nin reklam gelirlerine etki olacaktır.

Bunlar hiç hesaplanmamış mıdır acaba? Çokuluslu ortaklıkların Türkiye'ye girmelelerinin koşulları yasal bakımdan saptanmadan önce kapılarımızı açarsak işte böyle olur.

Biz dışarıya çok liberal bir ülke olduğumuzu kanıtlama endişesi içindeyiz. Ama, önce aldığımız liberal ülkeler böyle yapıyorlar ki. Yalnız Batı Avrupa ülkeleri değil, Amerika bile iletişim konusunda önlemler alıyor. Amerikan Temsilciler Meclisi geçen Haziranda

Kablolu Televizyon Şebekesi konu-sunda bir yasa tasarısı tartıştı ve yabancı sermayenin Amerika'da kablolu şebeke kurmasını yasakladı. Buyrun bakalım.

İşin bir de iletişim özgürlüğü açısından taşıdığı büyük bir anlamı var. Bütün ülkelerde gazeteci dernekleri, sendikalar, bölgesel ve uluslararası gazeteci örgütleri yıllardan beri tekelleşmelere karşı savaş veriyorlar. Medialardaki tekelleşmelerin iletişimde çoğulculuğu ortadan kaldırdığını haykırıyorlar, özellikle Murdoch'un en güçlü olduğu Avustralya'da ve Maxwell'in en etkin olduğu İngiltere'de gazeteciler dünya çapında bir kampanyayı sürdürüyorlar. Bu konuda konferanslar, paneller düzenleniyor. Üyesi bulunduğumuz Uluslararası Gazeteciler Federasyonu FIJ bu alanda başı çekiyor.

Çoğulculuk Yok Oluyor

Tekelleşmelerin iletişim özgürlüğüne aykırı olduğu, bir tek grubun denetimindeki mediaların iletişimde çoğulculuğu ortadan kaldırdığı, kültürel kimlikleri yokettiği vurgulanıyor.

Dünyada bugün 700 milyon TV alıcısı var. İletişimdeki reklam harcamaları da yılda 200 milyar doları geçiyor. Medialar dünyaya yön veriyorlar. Ne milyarlar harcanyor, ne paralar dönüyor, ne kazançlar ağılanıyor... Tekelleri yönetenler için en önemli şey para ve kazanç. Düşünce, anlatım ve iletişim özgürlüğü, çoğulculuk, kültürel kimlik umurlarında mı onları.

Gördük, daha Türkiye'ye adımını atar atmaz Maxwell'in ilk işi Türk basının eleştirmek oldu. Basında da gerekli yanıtları aldı. Başta Gazeteciler Cemiyeti ve Türkiye Gazeteciler Sendikası olmak üzere, tüm gazeteci örgütleri ve köşe yazarları Maxwell'e büyük tepki gösterdiler. Yalnız basın mı, bütün muhalefet partileri de bu kampanyaya katıldı.

Sayın Erdal İnönü "Maxwell bilmediği şeylere karışmasa daha iyi eder. Maxwell yalnız gazete sahibi olmak değil, aynı zamanda Türk iç politikasında belirli çevrelerin sözcülüğünü yapmak istiyor" dedi.

Sayın Süleyman Demirel de "Maxwell kim oluyor da bu işlere karışıyor. Buna haricden gazete okumak derler. Bu adam kimin sözcülüğünü yapıyor" diye konuştu.

Türk basınına ve Radyo-TV alanına çok uluslu ortaklıklar girsin mi, girmesin mi? Hiç girmesin diyenler olduğu gibi, girsin diyenler de var. Sayın Özal "Başka konularda yabancı sermayeyi kabul ediyorsunuz da basında neden kabul etmiyorsunuz?" demiş.

Korkmayalım, kabul edelim, ama önlem alalım, sınır koyalım. Gazete çıkartmak Coca-Cola üretmek değildir ki. Her şeyden önce anlatım ve iletişim özgürlüğünü ve çoğulculuğu koruyalım.

Oysa ne oluyor? "Sizde basın özgürlüğü var mı" diye sorarlara "Vardır, diyoruz, bakın çokuluslu ortaklıklar bizimle ilgileniyorlar." Hele bu ortaklıklar iktidarı düşen suyu da giderlerse hiç sorun yok, gidecekleri de besbelli. Falsolu sesler çıkartan basının ancak bunlar hakkında gelir.Büyük sermaye, hele çokuluslu ortaklıklar hükümetle çatışmak istemezler.

Kamusal, özerk, özgür radyo ve televizyon kurumları oluşmaya hiç yorulmadan çokuluslu ortaklıklara kapımızı açtık mı, "Bakın televizyonda devlet tekeli kaldırıldı" da diyebiliriz. Ama gerçekte her şey iktidarı denetiminde olur.

İşte şimdi bu tür oyunlar mı oynanıyor?

Haberler

SUSAM SOKAĞI

ABD'de 20. yılını kutlayan ve dünyada yaklaşık 70 ülkede yayımlanan Susam Sokağı dizisi 2 Ekim 1989 günü Türkiye'de yayın yaşamına girdi. Children's Television Workshop-TRT ortak yapımı olan bu program dizisinde okul öncesi dönem çocuklarının zihinsel toplumsal ve bedensel gelişimlerine yardımcı olunması amaçlanmaktadır... Dizinin özelliği, kırsal yörelerde ve alt sosyo-ekonomik düzeylerdeki çocukları okula hazırlamada etkili bir araç olabileceği düşünülmektedir.

Susam Sokağı dizisinde çocukların ilgisini çekecek ve dikkatlerini sürekli tutacak eğlence öğelerine yer verilmekte, eğlendirirken de belirlenmiş hedefler doğrultusunda eğitimleri gözönünde tutulmaktadır. Yüzotuz bölümden oluşan dizine herbiri bir veya birden fazla hedefe hizmet eden yaklaşık 1000 küçük program parçacığı kullanılmakta, bu parçacıkların 585'i TRT tarafından üretilen stüdyo; film ve çizgi-film parçacıkları oluşturulmaktadır.

Dizinin yapımı TRT Ankara Televizyonu Çocuk ve Gençlik Programları Müdürlüğü bünyesinde oluşturulan bir proje grubunca gerçekleştirildi. Akademik danışmanlar, araştırmacılar, metin yazarları ve program yapımcılarından oluşan proje grubu çalışmalarına Eylül 1988'de geniş katılımlı bir seminer düzenleyerek başladı. Grup dizinin hazırlığını çok kısa sayılabilecek bir süreçte tamamladı.

Bu dizinin şimdiye kadar yayınlanan diğer televizyon çocuk programlarından farklı bir özelliği de yayın öncesi ve yayın sonrasında yapılan araştırmalara dayalı olarak geliştirilmesi... Yayın öncesinde, çekilen iki pilot program Ankara'da köyde ve kentte çeşitli sosyo-ekonomik düzeylerdeki yuva ve anasınıfı çocukları üzerinde test edildi. Örnek programların dikkat çekiciliği, anlaşılabilirliği ve öğreticiliği ile ilgili elde edilen bulgular dizinin asıl bölümlerinin biçimlendirilmesine yön verdi. Dizinin yayına girmesinden önce, Eylül ayı boyunca Ankara ve İstanbul'da yaklaşık 800 altı sosyo-ekonomik kesim çocuğuna dizinin hedefleriyle ilgili davranışları ölçen bir test uygulandı. Dizinin Mart 1990'da bitimini izleyen günlerde aynı test aynı çocuklara tekrar verildi. Çocukların ön-test ve son-testten aldıkları puanların farkı ile seyretme sıklıkları arasındaki ilişkiyi bakılarak programın öğreticiliği değerlendirilecek. Ayrıca, elde edilen bulgular dizinin daha sonraki bölümlerinin biçimlendirilmesine ışık tutacak.

Türk Susam Sokağı program dizisi üstüne yapılan araştırmalar Ekim 1989'da ABD'de Princeton'da toplanan Susam Sokağı Araştırmaları seminerinde sunuldu ve ilgi gördü.

İzleyicilerden çeşitli yollarla ulaşan tepkiler ve basında yer alan haberler TV-1'de sabahları 9.45-10.15, öğleden sonraları ise, 17.30-18.00 saatleri arasında günde iki kez yayınlanan Susam Sokağı programının okul öncesi çocuklar tarafından ilgiyle izlendiğini gösteriyor... Hatta program ilk ve ortaokul öğrencileri ile yetişkinlerden bile ilgi görüyor...

Tekele alternatif: Özerk TRT ve Kamusal Radyo ve Televizyonlar

"Türkiye'ye yönelik uydu yayınları" panelinde Hıfzı Topuz aşağıdaki konuşmayı yaptı.

Uydu yayınları konusu son yıllarda yoğun bir güncellik kazandı. Önce büyük konuların, otelerin damlarında mantar gibi çanak antenler bitmeye başladı. Arkasından, kentlerdeki büyük apartmanların damları aynı biçimde salgına uğradı. Derken, kablolu TV konusu gündeme geldi. Arkasından, belediyelerin kablolu yayın yapmaları söz konusu oldu. En sonunda da Magic Box konusu çıktı ve büsbütün güncelleşti. Bu gelişmeler Türkiye'de TRT tekelini gündeme getirdi. "Tekelde gedikler açıldı", "Tekel çöküyor", "Tekel yıkıldı" gibi sözler konuşmaya başlandı.

Şimdi ne olacak? Ortada bir yayın güncel sorun var. Yabancı bir ülkeden yapılan bir yayın, dünyada sanırım, sui generi bir nitelik taşıyor. Bunun eşine pek rastlamıyoruz. Genelde yayınlar İngilizce veya Fransızca yapılıyor ve birçok ülkeye yönelik oluyor. Ama, bir ülkeye yönelik yayın, biraz orjinal bir şey... Yani, bu yayın ne CNN yayınlarına benziyor, ne de Sky Channel'a. Onlar, tüm ülkelere yönelik yayınlar... Bunlar ise, yalnızca Türkiye'ye yönelik yayınlar olacak. Bu da bazı sorunları ortaya çıkarıyor.

Yayın yapan ülke ile yayını alan ülke arasında bir anlaşmanın olması gerekir mi? Bu konuda bazı metinler var. Ama nasıl olacak?

Daha önce Birleşmiş Milletler'de, UNESCO'da, Avrupa Konseyi'nde buna benzer konular tartışıldı. Bir ön anlaşma üzerinde duruldu. Bizdeki durum nedir? Herhalde, bizim de aydınlığa kavuşturulması gerekiyor.

Yayıncılıkta birtakım ilkelere var. Ulusal çapta bir yayın yapıldığı zaman, ülkeler nasıl saptanıyor? Yayıncılık bazen devlet tekelinde oluyor. Bazen, kamusal televizyonlar kuruluyor. Bazen de yayınları özel sektör yapıyor. Yayını yapacak olan kurum, bir yükümlülükler dosyası hazırlayarak

sorumluluk altına giriyor. Bazı ülkelerde, üst düzeydeki Radyo televizyon Yüksek Kurulu ya da Ulusal Radyo Televizyon Kurulu ile, yayını yapacak kurum arasında bir anlaşma imzalanıyor. Yayın yapacak kurum birtakım koşullara uymayı üstleniyor. Bunlara uyulmazsa, yayın durduruluyor.

Biz, herhalde sansürden, denetimden yana değiliz. Ama, kamu çıkarlarının savunulması için, birtakım ilkelere uyulması gerekiyor. Dışarıdan yapılan yayında, bu ilkelere uyma zorunluluğu yok. Yayını yapacak kurum ve yöneten kişiler, güvendiğimiz insanlar olabilir. Ama, bu ilk örnek olacak. Bunu belki başka yayınlar izleyecek. Bu konuda prensip kararlarına varılması gerekiyor.

Eğer, tekel daha önce kaldırılıyorsa ve birtakım koşullar saptanırsa, bu durum olmaz. O zaman yayın Türkiye dışından yapılmaz, TRT için yayın yapılır. Yon içinde yayın yapacak kurum da, bazı yükümlülükleri uymak zorunda kalır. Örneğin, yerli filmlere ne oranda yer verilecek, haberler ne oranda yayınlanacak, çocuk programları, kadınlara yönelik programlar, eğlence programları, reklamlar oranı ne olacak? Bütün bunların koşulları ve oranları saptandı, kamu çıkarları gözönünde tutulur, yayın kurumu da buna uymak zorunda kalır. Oysa, yayın dışarıdan yapıldığı zaman, kurum için böyle bir zorunluluk yok ve yayınlar Türkiye'nin denetiminden çıkmış oluyor.

Evet, biz denetimden yana değiliz ama, birtakım kamu haklarını savunmak için önlemler alınması gerektiğine inanıyoruz. Biz, tekele alternatif olarak, özerk TRT'yi ve kamusal radyo televizyonları görüyoruz. Yani, belediyelerin, derneklerin, federasyonların, basının, vakıfların kuracakları yayın istasyonlarını... Böyle bir alternatifte, özgürlük, çoğulculuk ve devlet içinde de özerklik ortaya çıkmış oluyor.

İLAD Birinci Olağanüstü Genel Kurulunda Dernek Tüzüğü Değiştirdi Organlar Yenilendi

İLAD, resmi kuruluşunun birinci yılını tamamlayamadan bir olağanüstü genel kurul yaptı ve bu genel kurulda dernek tüzüğü değiştirildi. Genel Kurul'da ayrıca dernek organları yeniden seçildi.

Kuruluş sırasında kısa ve işlevsel bir tüzükle yola çıkılmıştı. Bakanlar Kurulu'nun incelemesinden de geçen bu tüzük daha sonra İstanbul Valiliği'nce yeterli bulunmadı ve değiştirilmesi istendi. Bu değişiklikleri yapmak üzere 30 Haziran Cumartesi günü İLAD Genel Kurulu Basın Müzesi'nde toplanarak tüzükte Valiliğin istediği değişiklikleri yaptı. Bu değişiklikler sırasında üye aylık ödentisi de 10.000 TL'ye çıkarıldı.

Dernek Yönetim Kurulu olağanüstü Genel Kurul'a giderken Dernek Yönetim Organları için de yeniden seçim yapılmasını kararlaştırdı. Bu karar doğrultusunda yapılan seçimlerde dernek organlarına şu üyeler seçildi: Hıfzı Topuz, Oktay Kurtböke, Hüsamettin Ünsal, Mesut Önen,

Fusun Özbilgen, Emre Dağdeviren, Aydın Uğur, Emre Dağdeviren uzun süreli kalmak üzere Almanya'ya gittiğinden üyelikten ayrıldı ve yerine birinci yedek Özden Can-kaya geçti.

Genel Kurul'da İLAD onur kuruluna Orhan Birgit, Sadun Tanju ve Alim Şerif Onaran, Denetim Kurulu'na da Alaeddin Asna, Tayfun Akgüner ve Haluk Şahin seçildiler.

Yönetim Kurulu Genel Kurul'undan sonra yaptığı ilk toplantıda Başkanlığa Hıfzı Topuz'u, İkinci Başkanlığa Oktay Kurtböke'yi, Genel Sekreterliğe Hüsamettin Ünsal'ı Saymanlığa da Fusun Özbilgen'i getirdi. Yönetim Kurulu ayrıca Aysel Aziz ve Korkmaz Alemdar'ı da Ankara Koordinatörleri olarak görevlendirdi.

"Tüm değişiklikleri içeren yeni Dernek Tüzüğü dergimiz ekinde üyelerimize sunulmuştur.

Haberler

Magic Box'u neden kurduk?

Prof. Dr. Tunca TOSKAY

İLAD'ın Basın Müzesinde düzenlediği "Türkiye'ye yönelik uydu Yayınları" panelinde Prof. Dr. Tunca Toskay aşağıdaki konuşmayı yaptı.

Hukuk doğma değildir. İhtiyaçlar zorladığı zaman kurallar ihtiyaçlara uyar, yoksa ihtiyaçları kurallara uydurmayı uzun sürelerde başaramazsınız. Uydudan yayın geliyorsa Avrupa'daki ülkelerin herbirinde ortalama 13 program seyredilirken, Türkiye'yi sizin "Bu yayınları ben seyretmeyeceğim, kanunlarıma aykırı" diye uzun süre direnmemiz mümkün değildir.

TRT tekeki var mı, yok mu; onu ben tartışmıyorum. TRT tekelinin olup olmadığını damnlardaki çanak antenlere bakıp görürsünüz. Bu konunun gündeme gelmesinde bizim büyük bir kazımız var. Çünkü biz heyecanlı, yeni, doğru ve iyi bir şey yaptığımızı inanıyoruz. Çünkü Türkiye'den bir grup çıkıyor arkasında devletin desteği olmadan, dünyanın en son teknolojisi ile Türkiye'ye yeni bir kitle haberleşme aracının imkânlarını sunuyor. Zannediyorum bunları hepimiz sevinmek ve gurur duyacak mecburiyetindeyiz.

Hukuki midir, değil midir? Yasal mıdır, değil midir? Ben bunların tartışmasına girmiyorum. Yasal olduğunu söyleyen hiç kimse yok. Ceza Kanunu meydanda; Ceza kanunu'nda yazılı olmayan şey suç olmaz. Hukuk kuralları meydanda. Peki, siz son derece denetimiz yayını mı yapacaksınız? Böyle çok pahalı profesyonel bilginin ve birikimin istendiği bir konuda yayını yapma sorumluluğunu omuzlamış ve buntın altına girmiş olan kişiler, uluslararası profesyonel televizyon yayıncılığının kurallarına uyma mecburiyetini hissederler. Bunda hiç kimsenin de şüphesi olmamalı.

Bir başka sorun daha, siz yayın yapacaksınız 5 milyon, 10 milyon lirayı veren belli bir azınlık; bu yayını seyredecek, diğerleri seyredemeyecekler, bu da doğru değil. Bizim yaptığımız ölçümlere göre İstanbul'da 1,2 metrelük çapı olan bir çanak anten yayını alıyor. Öyle zannediyorum ki, çanak anteni kullandığınız zaman, LMB'nin kriterleri ile biraz oynadığınız zaman 1 metre veya 1 metrenin altına inme ihtimalleri de var.

Biz, elektronik sanayiciler ile temas halindeyiz. Bu söylediğim özelliklere sahip bir çanak antenin çanağının receiver'ini ve LMB'si dahil 1 milyon 800 bin liraya tüketiciye sunulabileceğini bize rahatlıkla ifade ettiler. Çünkü üretim kitle üretimi olacaktır. Bu kaçınılmaz bir olaydır. Bugün İngiltere'de 500 binin üstünde çanak anten vardır ki, kitle haberleşme araçları konusundaki alt yapısı son derece gelişmiş bir ülke olmasına rağmen.

Biz devlet televizyonu olmayacağız, biz ticari bir televizyonuz. Seyredilmeyi amaç edinerek yayın yapacağız ve reklama dayalı olarak yayın yapacağız ve kimse bizim yayınımızı almak için herhangi bir ücret ödemeyecek. Onların tek katanacağı şey çanak anten tesis etmektir. Çanak anten içinsizebir örnek vermek istiyorum. Bu hafta içinde 2 fiyat aldık. Bizim bildiğimiz klasik çanak antenin Ankara'da 175 bin liraya, İstanbul'da da bunun biraz gelişmişinin 200 bin liraya olduğunu söylediler. Kitle üretimi başlayınca daire başına, çanak antenin maliyeti daha fazla oluyacaktır. İkinci bir nokta da şu. Uydu yayınları, bizim klasik

sistem dediğimiz yayınlar ile kablo yayınları birbirinin rakibi değildir. Bunlar birbirlerini tamamlar. Türkiye gibi bir ülkede, uydudan gelen yayınların iki aşık şekli var. Ya çanak anten ile alınız ya da kablo dağıtım yaparsınız. ama kablo sisteminin ekonomik olarak kullanılacağı yerler, nüfusun belli bir yoğunlukta olduğu yerlerdir. Yoğunluk düşüğü zaman bunu kullanamazsınız. Bugün Federal Almanya'da da kablo sisteminin nüfusunun % 15'ine 16'sına gittiği ifade edilirse, ki Federal Almanya'nın nüfus yoğunluğu kilometre başına bizimkinin birkaç katıdır. Kablo sistemini biz ancak belli yerlerde kullanabiliriz. Ama Türkiye'nin diğer yerlerini uydu yayınlarından mahrum mu bırakacağız? Onun yolu da, çanak antenden geçmektedir. Bu kaçınılmaz bir olaydır. Damlanmız çanak antenle dolacak mı, dolmayacak mı münakaşasının yapılacağı dönemi ben aşmış görüyoruz. Bu kadar uydu yayını geliyorsa, arkadan Türkçe yayın geliyorsa, arkadan bunu başkaları da takip edecektir, yaygın olarak çanak anten kullanılacaktır. Burada bu için otoritelere ve sanayicilere düşen, bunu en ekonomik olarak en teknik spesifikasyonları yeterli olarak üretmek, arkadan da servisini vermektir. Biz bununla ilgilenmiyoruz, ama bizim teşebbüsümüz bu alandaki girişimleri hızlandıracak ve daha etkin hale getirecektir.

Türkiye'deki elektronik sanayinin önüne yalnız çanak anten pazarı açılmamaktadır. Çanak antenlerle birlikte alınacak televizyon yayınlarının sayısının artması, hem televizyon, hem de video satışlarını teşvik edecektir. Bunlardan korkmamak lazım. Bu tartışmaları Türkiye'nin geride bırakmış olması gerekir. Biz 1960'larda 70'lerde bugün geriye dönüp baktığımız zaman fevkalade gereksiz konular çok uzun süre tartışıp bazı kararları almakta geciktirmişti görüyoruz. Televizyon Türkiye'de niçin 1968'de, adeta gümrükten mal kaçırır gibi gizli kapaklı, plansız ve birkaç kişinin inisiyatif ve gayretiyle başladı da, devlet bu işe zamanında daha erken niçin girmedi? Niçin siyah beyazla başladı da, renkliye girmedik? Ondan sonra renkliye dönmek için milyarlar ve trilyonları harcadık. Bütün stüdyo teçhizatını değiştirdik. Bütün siyah beyaz televizyon parkı kısa sürede değişti. Bunlar acaba o sırada bizim, düşününlerin ve bu konuyu tartışanların kamuoyuna verdiği yanlış bilgilerden veya yanlış fikir üretmemizden kaynaklanmadı mı?

1990'lara geldiğimizde, Avrupa'da her ülkenin ortalama 13 veya daha fazla uydu yayını, televizyon yayını seyrettiği bir dönemde, çanak anten kullanılmıy mı, kullanmayalım mı, uydu yayını gelsin mi, gelsin mi demenin zamanı geçmiştir. Yapılacak şey nedir? Bundan sonra birtakım teknik olarak kamunun aleyhine gelişebilecek şeyleri önceden tespit edip, hukuki düzenlemeleri teknolojinin gelişme istikametinde tekrar gözden geçirmekler. Yani, kanun koyucunun önüne çok iyi alternatifleri üretip koymak, belli itikamette yönlendirme yapmak hepimize düşmektedir. Yoksa teknolojinin ayağımıza getirdiği nimetleri, yasalımızda aykırı diyerek geri çevirmek durumunda değiliz. Esasen buna gücümüzün yetmediğini de son 35-40 yıllık toplumsal hayatımız göstermektedir.

DIŞ YAYINLAR

Télévisions en Europe

Paris'te yayınlanan üç aylık Media-Pouvoirs dergisinin Ekim-Kasım-Aralık 1990 sayısı Avrupa televizyonlarına ayrıldı. Der-gide Avrupa ülkelerindeki televizyon sorun-ları ayrıntılarıyla inceleniyor.

Media-Pouvoirs dergisi bunun yanı sıra bir de Guides des Télévisions en Europe adlı 90 sayfalık bir belge yayınladı. Bu belgede de Avrupa ülkelerinin herbirindeki TV yayınları üzerinde geniş bilgi veriliyor.

Michael Kunzick, Images of nations and international public relations, 1990, Published by the Media and Communication Department of Friedrich-Ebert-Stiftung (FCS)

Merkezi Bonn'da bulunan Friedrich Ebert-Stiftung vakfınca yayınlanan bu kitap, ülkelerin uluslararası tanıtımları ve bu konuda yapılacak uluslararası halkla ilişkiler konusundaki temel bilgileri içermektedir.

Ayrıca kitapta, uluslararası tanıtım için Doğu ve Batı arasındaki iletişimin nasıl olacağı ve bu konuda yapılan çeşitli uygulamaların örnekleri verilmektedir.

La Radio, l'entendre ou l'écouter

Fransa'da Institut National de l'Audiovisuel adlı Ulusal Radyo-TV Enstitüsü Radyo duyulur mu, dinlenir mi adlı bir araştırma belgesi yayınladı. Bu belgede radyonun geçmiş ve geleceği konusunda çeşitli yazılar yer alıyor.

Danger: Journalist at work -

Journalistes ou Travail

1990, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Merkezi Brüksel'de olan Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IU-IFJ) gazetecilerin sınırsız görevlerde buldukları zaman ne gibi önlemler alınması gerektiği konusunda, biri İngilizce, biri Fransızca iki broşür yayınladı. Bu tür görevlere giden gazetecilerin mutlaka bu broşürü okumaları gerekiyor. Broşür şu adresten istenebilir. IFJ, Boulevard Charlemagne Bte 5, 1041 Bruxelles.

Ronald Koven, Needs of news, media in Central and Eastern Europe, 1990, World Press Freedom Committee

Merkezi Washington'da olan World Press Freedom Committee Doğu ve Orta Avrupa ülkelerinde basın durumunu inceleyen 75 sayfalık bir el kitabı hazırlamış. Komitenin Paris temsilcisi olan Ronald Koven'in yaptığı bu araştırmada Doğu Almanya, Polonya, Çekoslovakya, Macaristan, Polonya, Romanya ve Bulgaristan basınının durumu ve gereksinimleri vurgulanıyor. Ne var ki, kitap 1990 Şubatında yayımlandığından beri çok şey değişti bu ülkelerde. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde basın, izlenmesi güçleşen güçleşen çok hızlı bir gelişim içinde bulunuyor.

Yeni Yayınlar

Oyunun Kuralı

Füsun ÖZBİLGİN

ANKARA'da yabancı bir haber ajansının muhabiri olarak çalışan gazeteci Zeynep Alemdar, basında özenetimi ele alan kitabı "Oyunun Kuralı" nı hazırlamasında etken olan ilk gözlemini şöyle anlatıyor:

"1986'da burslu olarak gittiğim ABD'de altı ay boyunca Washington Post gazetesinde çalıştım. Yüzlerce gazeteciyi barındıran yazış-leri salonuna biraz da bacaklarım titreyerek girdiğim ilk gün, editörlerim beni işe koşturmadan önce elime gazetenin ahlak kurallarını, haber izleme ve yazma politikasını anlatan bir kitap tutuşturmuşlar ve içindekileri çok iyi okuyup anlamamı sıkı sıkı öğütlemişlerdi... Gazetenin İncil'i olan bu yayın, çalışmalarında yol gösterici olmuş, özenetime verilen önem beni de konu üzerinde düşünmeye itmişti..."

Gazetecilikte karşılaşılan olaylar ve ahlak kuralları ile ilgili çeşitli dünya ülkelerinden örneklerin yer aldığı kitapta Zeynep Alemdar basın iktidar ilişkilerine şöyle değiniyor:

"Demokrasilerde bile iktidarlar basını kendi kontrollerine alabilmek için her türlü yonteme başvurmakta tereddüt etmezler. Çeşitli bedava olanaklar, seyahatler, yemekler hep gazetecilere bu amaçla sunulur. Onlara sanki karar alma mekanizmasını içindeymişler gibi davranarak, iktidarlar gazetecileri avuçlarının içinde tutmaya çalışırlar.

Washington Post'un eki yazarlarından Chalmes Roberts, Kennedy'nin basınıla ilişkilerini başarılı bir biçimde sürdürmesinin arkasındaki nedenler söz ederken, bunu sadece Kennedy'nin basını çok iyi manipüle etme yeteneğinden değil, basının da manipüle edilmekten memnun olmasından kaynaklandığını söylüyor. Roberts'a göre gazetecilerin sıkça katıldıkları davetler ve bu davetlerden yoksun kalmak istemeyenler Kennedy döneminde gazeteci ile politikacı arasında asgari bir mesafe bulunması gerektiğini unutmuydu.

Kennedy'nin basınıla ilişkilerinin iyi olması da basın onun politikalarını savunduğu sürece geçerliydi. Nitekim, Kennedy'nin uygulamalarını son derece eleştiren bir biçimde değerlendiren Herald Tribune Gazetesi, Kennedy'nin sınırlı hoşgörüyü anlayışından payını almış, gazetenin 22 adet Beyaz Saray abonmanı iptal edilmişti."

Kitapta sözü edilen konular arasında "mestek yıpranma" da yer alıyor:

"Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1928 yılında yayınladığı "Gazetecilerin Çalışma ve Yaşama Koşulları" üzerine raporu önemli noktaları

değiniyordu: Gazeteci normal bir yaşam sürmeye izin verecek ücret alabilmeli, çalışmasını verimli kılsak, düşüncelerini sınırlamayacak belirli bir iş güvencesine sahip olmalı, yoğun çalışmanın yaratacağı zihinsel yorgunluğa karşı korunmalı, zamanının ve gücünün hiç olmazsa bir kısmını mesleğinden başka uğraşlara ayırabilmeliydi. Rapora göre, gazetecinin iş güvenliğini en çok ekonomik değil, düşünce alanındaki bunalım tehdit eder.

Kitabın "Özenetim modelleri" başlıklı bölümünde ise şu örnekler veriliyor:

Batıda, özellikle ABD'de gazetecilerin ahlak tartışmalarından olabildiğince uzak kalabilmek için kesin olarak kabul ettikleri iki vazgeçilmez kural vardır. Doğruluk ve hakkaniyet. Bir haberin doğru olarak elde edilmesi söylenildiği kadar kolay bir konu değildir. Olan bir şeyi okuyucusuna ileten gazeteci zaman baskısı altında her zaman o haberin arkasındaki gerçeği yakalayamayabilir. Örneğin sadece önemli insanların söyledikleri haberdar biçiminde bir yaklaşım, basını hakkaniyet kurallarından uzaklaştırır.

Bu kurallar haber kaynağının hediye alınmaması, ücretsiz haber gezilerine katılmaması veya haberde yapılan bir yanlışın düzeltilmesi konularında gazeteciye yol gösteren kurallardır. Ahlak kuralları ile ilgili bir başka nokta, bu kuralların sadece muhabirler için mi yazılmış olduğudur. Aslında doğru olan bu kuralların hem bütün gazete çalışanlarını -muhabir, sütun yazarı ve yazışları sorumluları- hem de işvereni bağlaması gerekliliğidir. O zaman birtakım çıkar çatışmalarının önlenmesi kolaylaşmaktadır.

Bugün çoğu halkla ilişkiler bürosu gazeteciye amağan gönderilemeyeceğini öğrenmiş durumdadır. Washington Post gazetesine yollanan armağanlar kapıda içeri sokulmadan, hayır kurumlarına gönderilmektedir. associated Press (AP) 1980'de konuyla ilgili yapılan bir araştırmada 214 yerel gazeteden yarısının sanat eleştirmenlerinin biletlerini satın aldıklarını saptamıştır.

Kitapta ayrıca gelişmiş ülkeler arasındaki ABD, Avustralya, Belçika, F.Almanya, Finlandiya, Fransa, İngiltere, İsveç, Kanada, Yunanistan, Yeni Zelanda ile gelişmekte olan ülkelerden Jamaika, Mali, Burma, Misir, Nijerya, Tunu, Venezuela'dan özenetim uygulamalarından örnekler veriliyor. Son bölümde de Türkiye'de basının özenetimi konusunda bilgiler aktarılıyor...

*Zeynep ALEMDAR, *Oyunun Kuralı* "Basında Özenetim" Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.

Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler,

Prof. Dr. Aysel Aziz bu konuda ilginç bir kitap yayınladı.

Arkadaşımız Aysel Aziz'in kitabında şu bölümler yer alıyor: Radyo ve TV istasyonlarının gelişimi; Radyo ve TV'nin günümüzdeki durumu; Yayın kurumlarının yönetimi; Uluslararası örgütlenmeler: Radyo ve TV'nin işlevleri+Yayın türleri; Radyo ve TV'nin özellikleri, izlenmesi ve etkileri; İzleyici araştırmaları; Türkiye'de Radyo ve TV yayınları; Yayınların geleceği.

Aysel Aziz Türkiye'de Radyo ve TV yayınlarının geleceği konusunda gelişmelerin üzerinde duruyor:

"Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Plânında radyo yayınları ile ilgili en önemli plânlama, eski Uzun ve Orta Dalga radyo vericileri değiştirilmesi ve olanak ölçüsünde ülkenin FM radyo kanalları ile örülmesine çalışılmasıdır. FM kanallarının tamamlanması ile bir 5. FM radyo kanalının, özellikle turizm amaçlı olarak kullanılması da plânda öngörülen hedefler arasındadır. Plân'da televizyon için 5 yıllık dönem içerisinde öngörülen en önemli husus 3. bir kanal televizyon yayınının başlatılmasıdır. Bu durum ise, plân uygulanmaya başlamadan 1989 yılı Ekim ayında gerçekleştirilmiştir. Sınırlı olarak başlanan bu yayınların plân dönemi içerisinde kapsama alanı, diğer iki televizyon kanalı gibi yüzde yüz olarak plânlanmıştır.

Gerek radyo gerekse televizyon yayınlarının geleceği konusunda üzerinde durulması gereken bir nokta da, artan yayın hizmetlerinin yapılması olanağının, yapım merkezlerinin (stüdyolarının) plânlanmasıdır. Bunun için Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânlarında öngörülen, ancak bir kısmının gerçekleştirildiği bu tür yatırımların yeni plân dönemlerinde bitirilmiş ve yeni yatırımların yapılması öngörülmüştür. Genel olarak radyo televizyon yayınları için bu konuda benimsenen ilke, her vericinin bulunduğu yerde yapım (prodüksiyon) merkezi kurma yerine, üç büyük kentte (Ankara, İstanbul ve İzmir) yapım merkezlerinin kurulmasıdır. Böylece radyo ve televizyon programlarında, büyük ölçüde merkezleşme sağlanmış olmaktadır."

Prof. Dr. Aysel Aziz

"Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler"
TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları
N.3, Ankara.

Yeni Yayınlar

Türk Televizyonunun Program Yapısı

Uzun yıllar TRT'de çalışmış olan Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Müdür Yardımcısı Doç. Dr. Özden Cankaya "Türk Televizyonunun Program Yapısı" adlı kitabında başlangıçtan bugüne televizyonun yapısını incelemiş ve çok değerli bir yapıtı ortaya çıkarmış. Kitapta televizyonun 1968'den bu yana her yıl yayınladığı programlar ve televizyonun teknik durumu yer alıyor. Kitabın bir bölümünde de 1968'den 1985'e kadar işbaşına gelen hükümetlerin herbirinin zamanında televizyon hükümet programları açısından incelenmiş; ortaya ilginç sonuçlar çıkıyor.

Özden Cankaya uluslararası program dolaşımını da ele almış, Türk Televizyonundaki yabancı programların kaynaklarını gösteren tablolar hazırlamış.

Özden Cankaya araştırmasının sonunda "Türk Televizyonunun nasıl bir program yapısı olmalıdır?" çok güncel bir konunun üzerinde durarak şu önerileri getiriyor:

Televizyon Programları**Toplumun Yapısına Uygun Olmalıdır.**

Türk toplumunun büyük çoğunluğu orta kültür düzeyinin altındadır. Toplumun belli bir gelişmişlik düzeyine gelebilmesi için devlet tekelindeki televizyonun eğitici niteliği ağır basmalıdır. Gerek örgün eğitimdeki açık, gerekse yetişkin eğitimi için gerekli olan yaygın eğitim televizyon yoluyla kapatılabilir. Eğitim ve kültür programlarının ağırlıkta olduğu bir televizyon yayıncılığı benimsenmelidir.

Eğitim programlarıyla, iş ve meslek edindirmeye yönelik, insan yaşamına katkıda bulunacak programlar yeğlenmelidir.

Yerli Yapımlara Ağırlık Verilmelidir

Yayın içinde yerli yapımların süresi ve oranı artırılmalıdır. Birlik ve beraberliğe, bölünmezliğe önem verildiği, anayasadan başlayarak her resim belgeden anlaşılabilir bir toplumda bu kaçınılmazdır. Nitelikli yerli yapımların artırılabilmesi için, televizyonun teknik, hem de personel açısından desteklenmelidir. Öz olarak, ulusal yapıma uygun çağdaş değerlerin benimsenmesini sağlayacak yerli yapımlar üretilmelidir.

Dış Kaynaklı Yapımlar da**Çeşitli Kültürlere Açılmalıdır**

Yerli yapımların artmasını savunmak, dış kaynaklı yapımlara ekranın kapatılması anlamında değildir. Dış kaynaklı yapımların oranı düşürülürken, kaynakları da titizlikle incelenmelidir. Yalnızca bir gelişmiş ülkenin programları değil, çeşitli kültürlerin programları yayınlanmalıdır. Böylece, tek yönlü kültür akımının sakıncalarının ortadan kaldırılabileceği ileri sürülebilir. Çeşitli kültürlerin programları yayınlanırken, yaşadığımız çağdaş dünya ile bütünleşmek ve Türk izleyicisinin ufkunu genişletmek, çeşitli çağdaş seçeneklerin sunulması, yeni değerlerin oluşması sağlanmış olacaktır.

Dr. Özden Cankaya:

Türk Televizyonunun Program Yapısı
(1968 - 1985) İstanbul

Uluslararası Metinler

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (İPRA)'nın Ahlak Yasası

Birleşmiş Milletler Örgütü'ne üye tüm ülkelerin, Örgüt'ün temel insan haklarına, insan onuru ve değerine inancını yineleyen yasasına uymayı kabul ettiklerine göre, bu ülkeler halkla ilişkilerinin, meslekleri ile olan doğal bağlantısı da gözönünde tutulduğunda, bu yasadaki ilkeler uymaları gerektiğini;

İnsanların maddi gereksinmelerinin yanısıra, düşünsel, manevi ve sosyal gereksinimleri de olduğu ve haklarının, ancak bu gereksinimler yeterince karşılandığında anlam kazanacağına göre, halkla ilişkilercilerin, mesleklerini icra ederken bu gereksinmelerin yerine getirilmesinde önemli katkıları olabileceğini;

Ve son olarak, halkla ilişkilercilerin, milyonlarca insanla ilişki kurmalarına olanak sağlayan yöntemlere sahip oldukları ve bunların onlara kesin bir ahlak yasası ile sınırlandırılması gereken bir güç verdiğini dikkate alarak;

Aşağıda imzası bulunan Halkla İlişkiler Dernekleri, bu Ahlak Yasası'nı benimzediklerini ve dernekler üyelerinden herhangi birinin mesleğini icra ederken bu yasayı çiğnemediği Konsey'e sunulan kanıtlar ışığında saptandığında, bu üyenin ciddi bir kusur işlemiş olacağı ve cezalandırılması gerektiğini kabul ettiklerini beyan ederler.

Buna göre sözkonusu dernek üyeleri:

1. İnsanların serbestçe gelişmelerine ve "İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi"nde kendilerine tanınan vazgeçilmez haklarını kullanabilmelerine olanak ahlaki ve kültürel koşulların oluşmasına katkıda bulunmaya;

2. Bilginin serbest akışını kolaylaştıracak, bireylere toplumları içinde gerekli bilgilerle donatıldıkları güvenini verecek ve bu bilgiler ışığında sorumluluklarının ve diğer bireylerle dayanışma içinde olmanın bilincine varmalarını sağlayacak iletişim model ve kanallarını oluşturmaya;

3. Mesleklerin kamu ile olan yakın ilişkisi nedeniyle, özel yaşamları dahil, tüm davranışlarının mesleğin bir bütün olarak değerlendirilmesinde etkili olacağını daima gözönünde bulundurmaya;

4. Mesleklerini yürütürken, "İnsan Hak-

ları Evrensel Bildirgesi"nin ilke ve kural-larına saygılı olmaya;

5. İnsan onuruna saygı göstermeye, insan onurunu yüceltmeye ve bireylere kişisel değerlendirme hakkını tanımayaya;

6. Gerçek anlamda diyaloglar için gerekli ahlaki, psikolojik ve düşünsel koşulların oluşmasına yardımcı olmaya ve taraflara savlarını ortaya koyabilme ve görüşlerini belirtebilme hakkını tanımayaya;

7. Her koşul altında, ilişki kurdukları insanların güvenini kazanacak biçimde davranmaya;

8. Her koşul altında, hizmet etikleri kuruluşlar çıkarları ile birlikte kamunun da çıkarlarını gözönünde bulundurmaya;

9. Ve görevlerini dürüstlük içinde yürütmeye, anlaşmazlık veya anlaşılabilirlik yaratacak bir dil kullanmaktan çekinmeye ve mevcut ve geçmiş müşterilerine bağlılıklarını sürdürmeye çalışacaklardır. Aynı-ca,

10. Gerçeği herhangi bir nedenle saklamaktan;

11. Belli ve doğrulanmış verilere dayanmayan bilgi iletmekten,

12. Ahlaki ve dürüst olmayan veya insan onurunu zedeleyen herhangi bir girişime katılmaktan;

13. Ve bireylerin kontrol edemeyecekleri ve sorumlu tutulmayacakları bilinçaltı güdülerini geliştirecek aldatıcı yöntem ve tekniklere başvurmadan sakınacaklardır.

*Bu yasa, 12 Mayıs 1965'te Atina'da yapılan Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IRPA) Genel Kurulu'nda kabul edilmiş ve 17 Nisan 1968'de Tahran'da bazı maddeleri değiştirilerek kesinleşmiştir.

Çeviren: İbrahim Çamcı, 1982-87 Dönemi Konsey Üyesi

Haberler

BASIN KONSEYİ'NİN
1991 GÜNDEMİ

Basın Konseyi Yüksek Kurulu, Temsilciler Kurulu'nun yıllık olağan toplantısının 9 Mart 1991 tarihinde yapılmasını kararlaştırdı. Temsilciler Kurulu, Genel Sekreterin yıllık çalışma raporunu görüşecek ve Türk basınının, içinden geçtiğimiz güç dönemdeki sorunlarını tartışacak.

Öte yandan, Basın Konseyi Yüksek Kurulu, Türkiye, Yunanistan, Bulgaristan, Arnavutluk, Yugoslavya ve Romanya gazetecileri arasında Mayıs 1991'de yapılması planlanan, Balkan Gazetecileri İşbirliği toplantısına katılmayı kararlaştırdı. Toplantıya Basın Konseyi Genel Sekreteri Yurdakul Fincancı'nın yanı sıra, daha sonra belirlenecek 4 Türk gazeteci katılacak.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu ayrıca, Almanya'dan gelen bir öneriyi değerlendirecek, Almanya'da ve Türkiye'de iki ülke gazetecilerinin katılacağı, güncel sorunların tartışılmasını öngören periyodik seminerler düzenlenmesi için Türk ve Alman basın konseyleri arasında işbirliği yapılması görüşünü de benimsedi.

KURUMLAR ve OLAYLAR

- Gazeteciler Cemiyeti'nin Bizim Gazete'sini okuyor musunuz? Yedinci sayısı Ocak 1991'de çıktı.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Başkanı Orhan Erineç, 1 Eylül 1990'dan bu yana görevini profesyonel olarak yönetiyor.
- Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin yeni başkanı Mustafa Ekmekçi, Derneğin olağanüstü genel kurulu 17 Kasımdaydı.
- Burhan Felek Basın Hizmet Ödülleri'ni 1990'da Necmi Rıza Ayça, Niyazi Ahmet Banoğlu ve Cemal Kutay aldı.
- Konrad Adenauer Vakfı'nın "Türkiye ve Almanya'daki Basın Özgürlüğü Sorunları" semineri 12-13 Kasım'da yapıldı. Seminere katılan Alman gazetece Uwe Spilnder'den iki tanım: "Özgür basın, sansürlü basındır. Kişisel onur hakkı da basın özgürlüğünün sınırındır."
- Hürriyet Vakfı Erol Simavi Özel İletişim ve Eğitim Merkezi dokuz ay sürecek yeni dönemine 13 Kasım'da başladı. Başvuran 167 yüksek okul mezunu arasından seçilen kursiyer sayısı 21.
- Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu 8-9 Ocak'ta Ankara'da "Radyo Televizyon Tekeli: Sorunlar, seçenekler konulu bir sempozyum düzenledi. Toplantıda siyasal parti temsilcileri, üniversite öğretim üyeleri ve meslek kuruluşları temsilcileri konuştular. Sempozyum sonucunda "TRT'nin özerkleşmesi ve Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nun bağımsız ve özgür bir yapıya kavuşturulması" üzerinde birleşildi.



Önce Gözlemler

Necat AŞKIN

Üzerlerinde daha ayrıntılı ve derinleşmesine düşünmek üzere bazı gözlemlerde bulunalım mı?

Kamunun elindeki araçlardan başlayalım. Radyonun gelişimi ve ülke düzeyine yayılması uzun yıllar almış, televizyon alıcısı sayısı birden olağanüstü boyutlara ulaşmıştır. Ne var ki radyonun da, televizyonun da rekabetten nasibini almaması bağımsız ve eleştirici gazeteciliğin bu çok önemli ortamlarda gelişmesini önlemiştir. Burada bir soru: Tek neden rekabet mi?

Siyasi partiler kendileri muhalefeteyken, sürekli radyo ve televizyondan yakınmakta, ancak iktidara geçtiklerinde benzer uygulamaları kendi hesaplarına hayal etiketlerinden, bağımsız ve kaliteli yayın ilkeleri üzerindeki çalışmalarına hiç yanaşmamaktadırlar. Bu kısır döngü nasıl kırılacaktır?

Özdenetim, Zeynep Alevdar'ın Oyunun Kuralı'nda yetkiyle incelediği gibi, gazeteciliğin belki de en temel sorunudur. Niyet yeterli değildir, gazeteci de insandır. Düşük ücretin, yorgunluğun, çaresizliğin tehdidi altındadır. Radyo televizyon gazetecisi, hiç de ülkemizin özerk olmayan kurumlarının dar ufuklarına sıkışıp kalmak durumundadır.

Peki daha eski ve köklü gelenek ve dinamikleri olması gereken yazılı basın çok mu içaçacı bir görünümde?

Gazete tirajlarının altmış milyonluk bir

ülke için çok düşük olduğundan sürekli söz edilmekte, artırılması içinse bir şey yapılmamaktadır. Bu gerçeğin kökenleri, boyutları, tedavi çareleri için kim, ne kadar kaynak, enerji ve zaman ayırıyor?

Basın büyük kentlerin durumları arasında kendini hapsedmiş, Anadolu'dan belki felaket haberleri dışında hemen hemen uzaklaşmıştır. Bölge gazeteciliği bir türlü gelişemiyor. Çaresini bilen var mı?

Dr. Haluk Şahin'in Körfez bunalımı vesilesiyle belirttiği gibi, basındaki işgücü yetersizliği tehlikeli noktalardadır. Ülkenin en yetenekli genç kadroları için basın mesleği tercihler arasında yer almıyor.

Kamuoyu ne yapıyor peki? Türkiye'de basın ve televizyondan çok şey bekleyen bir kamuoyu vardır. Ama aynı kamuoyu bu taleplerini net bir biçimde formüle edip ilgililere ulaştırmaktan kaçınır. Böyle bir cesaret ve alışkanlığı yoktur.

Son yıllarda kamuoyu araştırma merkezleri, veri toplama kurumları oldukça gelişmiştir. Yine de bu veriler müthiş dağınıktır, çelişkilidir, ulaşılmazı neredeyse imkansızdır. Bunlardan hareketle düşünmek güç iştir.

Ülkemizde basın ve televizyon üzerine çok şey söylenir ve yazılır. Ancak gerçek anlamda medya düşünürü sayısı üçü-dördü bile bulmaz. Ciddi tahlil ve önerilere doymuş oimaktan çok uzağız.

Çok dolu gibi gözükten, bomboş bir alan iletişim araştırmaları...

İLETİŞİM ARAŞTIRMA

İletişim Araştırmaları Derneği adına Sahibi: Hüfza TOPUZ,

Sorumlu Yazışları Müdürü: Oktay KURTBÖKE

Yıl: 2 sayı 4, Ocak 1991, Fiyatı 1800 TL (KDV Dahil)

Adres: İLAD, Basın Müzesi Divan Yolu Yok, Cad. 84 34410 Cağaloğlu, İstanbul, Telefon: 528 26 43 Fax (1) 527 84 61

Yapım: Murat Foto Dizgi, Ankara Cad. 46/48 Basın İşhanı 34410 Cağaloğlu, İstanbul Telefon: 520 75 03 - 522 33 39